



universität  
wien

# DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Kontrolle der Medien unter der polnischen  
PiS-Regierung 2005-2007“

Verfasserin

Marta Kolodziejczyk

Angestrebter akademischer Grad  
Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2008

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 301

Studienrichtung lt. Studienblatt: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuer: Ao. Univ.-Prof. Dr. Hannes Haas

## 1 Einleitung

### THEORETISCHER TEIL

2 Systemtheorie nach Niklas Luhmann	3
2.1 Funktional-struktureller Ansatz	3
2.2 Soziale Systeme	4
2.3 System/Umwelt Differenz	5
2.4 Autopoiesis	6
2.5 Kommunikation	7
2.6 Binäre Codierung	8
3. Systeme politischer Kommunikation	9
3.1 System Massenmedien	10
3.1.1 Politische Funktionen der Massenmedien	11
3.2 System Politik	13
3.3. System Öffentlichkeit	14
4. Wechselbeziehungen Politik – Massenmedien	17
4.1 Gewalteneinteilungsparadigma	18
4.1.1 Die Pressefreiheit und ihre Grenzen	21
4.2 Instrumentalisierungsparadigma	23
4.3 Interdependenz und Symbiose	24
4.3.1 Agenda Setting und Agenda Building	26
4.3.2 Symbolische Politik	30
4.3.3 Akteure politischer Kommunikation	31
5. Medientransformation in Polen nach 1989	35
5.1 Fünf Phasen der Medientransformation	36
5.2 Wandel in der Presse	37
5.3 Wandel im Rundfunk	39

## EMPIRISCHER TEIL

6. Forschungsfragen und Methode	41
7. Die polnische Medienlandschaft	43
7.1 Tageszeitungen	44
7.1.1 Fakt	45
7.1.2 Gazeta Wyborcza	45
7.1.3 Super Express	46
7.1.4 Dziennik Polska-Europa.Swiat	47
7.1.5 Rzeczpospolita	47
7.1.6 Weitere Tageszeitungen	48
7.2 Nachrichtenmagazine	48
7.2.1 Polityka	48
7.2.2 Wprost	48
7.2.3 Newsweek Polska	49
7.2.4 Nie	49
7.3 TV-Sender	49
7.3.1 TVP1, TVP2, TVP3 Regionalna (Telewizja Polska S.A)	50
7.3.2 Polsat, TV4 (Telewizja Polsat S.A.)	51
7.3.3 TVN, TVN24, TVN Siedem (ITI-Holding)	52
7.4. Radiosender	52
7.4.1 RMF FM (Broker FM S.A.)	53
7.4.2 Radio ZET (Eurozet Sp.z.o.o)	53
7.4.3 PR1, PR2, PR3, Bis (Polskie Radio S.A.)	53
7.5 Katholische Medien	54
7.5.1 Radio Maryja	55
7.5.2 TV Trwam	56
7.5.3 Nasz Dziennik	57
8. Vertrauen der polnischen Bevölkerung in die Medien	59
9. Medienregulierung	63
9.1 Die polnische Verfassung	63
9.2 Das Presserecht	64
9.3 Das Rundfunkgesetz	66
9.4 KRRiT - Nationaler Rundfunkrat	67
10. Die politische Dimension	69
10.1 Politische Parteien und deren Akteure	69
10.1.1 Die Linke	70
10.1.2.Die Mitte	70
10.1.3 Die Rechte	71
10.2. Die politische Arena rund um die Wahlen 2005	72
10.3 Ziele der PiS-Partei	75
10.4 Ideologie und Agenda Building der PiS-Regierung	76

11. Maßnahmen der PiS-Partei im Bereich der Medien	79
11.1 Die Umgestaltung des Nationalen Rundfunkrates	79
11.2 Nationales Zentrum zur Beobachtung der Medien	80
11.3 Das Lustrationsgesetz	81
11.4 Fallbeispiele zum Umgang der PiS-Partei mit den Medien	82
 12. Zur Lage der Pressefreiheit unter der PiS-Regierung	 85
 13. Zusammenfassung und Interpretation	 87
 <b>LITERATURVERZEICHNIS</b>	 <b>89</b>

## **ANHANG**

Tabellen- und Abbildungsverzeichnis  
Abstract  
Lebenslauf Verfasserin

## **1 Einleitung**

Die vorliegende Arbeit versteht sich als eine Auseinandersetzung mit medienrelevanten Themen während der Regierungsperiode unter der rechts-populistischen Partei *Prawo i Sprawiedliwosc* (PiS), die aus den Wahlen im September 2005 als stimmenstärkste Partei hervorgegangen war und mit der Regierungsbildung betraut wurde. Während der Regierung der Koalition zwischen der PiS, der *Samobrona* (Selbstverteidigung) und der *Liga Polskich Rodzin* (Liga der Polnischen Familien) in den darauf folgenden zwei Jahren, hatten sich viele Kommunikationsforscher und Journalisten kritisch über die Mediensituation geäußert und sie gar als den bisherigen Höhepunkt der Medienmanipulation durch eine Regierung gesehen. Der PiS und ihren Koalitionsparteien wurde während ihrer Regierungszeit mehrmals der Versuch der Einschränkung der Pressefreiheit in Polen vorgeworfen, da einige rechtliche Maßnahmen im Bereich der Massenmedien getroffen wurden, die nach Einschätzung der Kritiker zu einem verstärkten Einfluss auf diese führen könnten. Den Kern dieser Arbeit bildet unter anderem eine Auseinandersetzung mit eben diesen Maßnahmen.

Für die theoretische Ausarbeitung des Themas wurde der systemtheoretische Ansatz nach Niklas Luhmann gewählt, denn eine Beschreibung der Mediensituation unter bestimmten politischen Gegebenheiten bedarf notwendigerweise der Beschreibung der Funktionsweise zweier autopoietischer Systeme, nämlich des Systems Massenmedien und des Systems Politik – der Vollständigkeit halber wird ebenfalls das System Öffentlichkeit behandelt. Um sich dem Kern der politischen Kommunikation nähern zu können, werden zunächst die Grundbegriffe der Luhmannschen Systemtheorie erläutert, die Aufschluss über soziale Systeme in Allgemeinen geben sollen.

Des Weiteren folgt eine Auseinandersetzung mit den Wechselbeziehungen zwischen Politik und Massenmedien, wobei drei in der Kommunikationswissenschaft geläufige Paradigmen vorgestellt werden, die auf die Kontrollmechanismen und Machtansprüche sowie auf das Zusammenwirken der beiden Systeme basieren: das Gewaltenteilungsparadigma, das Instrumentalisierungsparadigma und das Paradigma der Interdependenz und

Symbiose. Im Rahmen dieser drei Paradigmen werden verschiedene Modelle der politischen Systeme mit den dazugehörigen Formen und Funktionen des Massenmediensystems vorgestellt sowie der Begriff der Pressefreiheit erläutert.

Der Mediatisierung der heutigen Gesellschaft wird in dieser Arbeit ebenfalls Platz eingeräumt, da das Verständnis der modernen politischen Kommunikation Begriffe wie symbolische Politik oder Agenda Setting voraussetzt.

Den Übergang zum empirischen Teil der Arbeit stellt ein Kapitel zum Thema der Medientransformation dar, die sich in Polen nach der Wende 1989 vollzog. Des Weiteren wird die relativ junge pluralistische Medienlandschaft des Landes mit den wichtigsten Medien samt Marktanteilen, Inhalten und Eigentümerverhältnissen vorgestellt. Die katholischen Medien, die während der PiS-Regierung eine wichtige und unterstützende Rolle gespielt haben sollen, werden in diesem Abschnitt ausführlicher dargestellt.

Im Zuge der Auseinandersetzung mit der polnischen Medienlandschaft werden weiters auch zwei Studien zum Vertrauen der Bevölkerung in Medien vorgestellt sowie die Medienregulierung in der Verfassung und anderen relevanten Gesetzen unter besonderer Berücksichtigung der Pressefreiheit behandelt.

Für das Verständnis des politischen Systems und der politischen Situation in den Jahren 2005-2007 in Polen, finden sich des Weiteren Erläuterungen zur polnischen Parteilandschaft sowie eine ausführliche Auseinandersetzung mit der Ideologie der PiS-Partei. Diese soll zu einem besseren Verständnis der folgenden Kapitel führen, in denen die versuchte Kontrolle über die Medien seitens der PiS-Regierung dargestellt wird. Die Beschreibung medienrelevanter Gesetze sowie Fallbeispiele zum Umgang mit den Medien, sollen hier zur Beantwortung der zentralen Forschungsfragen beitragen.

## **THEORETISCHER TEIL**

### **2 Systemtheorie nach Niklas Luhmann**

Die Systemtheorie kann als Lebenswerk von Niklas Luhmann bezeichnet werden. Seine Überlegungen zu sozialen Systemen haben einen Universalitätsanspruch, denn nach Luhmann kann jeder soziale Kontakt als System begreiflich gemacht werden (vgl. Kneer/Nassehi 1994: 33). In diesem Kapitel werden zunächst einige zentrale Grundbegriffe der Systemtheorie erläutert – mit dem Ziel, sich einer funktionalen Analyse der drei Systeme politischer Kommunikation (Massenmedien, Politik und Öffentlichkeit) zu nähern. Der systemtheoretische Ansatz wurde für das Thema der vorliegenden Arbeit gewählt, um ein möglichst umfassendes Bild der Funktionen der beiden ausdifferenzierten Teilsysteme Massenmedien und Politik für die Gesellschaft zu erreichen.

#### **2.1 Funktional-struktureller Ansatz**

Angeschlossen an die systemtheoretischen Ausführungen von Talcott Parsons, die auf einem strukturell-funktionalen Ansatz aufbauen, steht bei Luhmann die Funktion eines Systems an erster Stelle. Die Ansätze von Parsons wurden von Luhmann weiterentwickelt, da sie ständiger Kritik unterlagen, dass sie, basierend auf Struktur, den sozialen Wandel und Konflikt leugnen und ihn daher nicht angemessen behandeln könnten (vgl. Kneer/Nassehi 1994: 30).

Um die kritisierten Unzulänglichkeiten der Systemtheorie von Parsons zu überwinden, kehrte Luhmann die Schlüsselbegriffe Funktion und Struktur um, das heißt, sein Ansatz ist nicht strukturell-funktional, sondern *funktional-strukturell*. Luhmann stellt die Funktion eines Systems an erster Stelle und berücksichtigt dabei Konsens wie auch Dissens, ebenso Ordnung und Wandel. Seine Theorie geht nicht länger davon aus, dass soziale Systeme über ein verbindliches Kollektiv geteilter Norm- und Wertemuster verfügen, sondern er formuliert einen nicht-normativen Begriff des Sozialen. Damit hinterfragt er auch die Annahme, dass Systeme auf Leistungen basieren, die nicht ersetzbar sind: Luhmann behauptet, dass ein System nicht unbedingt zu existieren aufhört, wenn bestimmte Systemleistungen ausfallen, sondern es wird

innerhalb des Systems nach alternativen Leistungen als Ersatz gesucht. Beim funktional-strukturellen Ansatz sind also Strukturen und Prozesse eines Systems nicht mehr als gegeben vorausgesetzt, sondern werden vordergründig auf ihre Funktion hin überprüft (vgl. Kneer/Nassehi 1994: 37).

## 2.2 Soziale Systeme

„Unter einem sozialen System versteht Luhmann den Zusammenhang von aufeinander verweisenden sozialen Handlungen. Immer dann, wenn die Handlungen mehrerer Personen miteinander verknüpft werden, entsteht ein soziales System oder auch Handlungssystem, das sich von der *Umwelt* abgrenzt. Alle Handlungen, die sinnhaft aufeinander verweisen, gehören zu dem jeweiligen sozialen System; alle übrigen Handlungen, die keine Beziehung zu dem jeweiligen Sinnzusammenhang unterhalten, gehören zur Umwelt des Systems“ (Kneer/Nassehi 1994: 38/Hervorheb. i. O.).

Mit der Umkehrung der Begrifflichkeiten Funktion und Struktur wird für Luhmann die Welt zur obersten Bezugseinheit für das System, nicht der Systembestand. In seiner funktional-strukturellen Theorie ist entweder alles System oder alles Umwelt. Die einzige Ausnahme bildet hier die Welt; sie kann kein System sein, da sie kein Außen besitzt, gegen das sie sich abgrenzen könnte. Die Welt, oder genauer gesagt die Komplexität der Welt, ist das oberste Bezugsproblem innerhalb Luhmanns funktionaler Theorie. Da sie für das menschliche Bewusstsein zu komplex ist, übernehmen soziale Systeme die Aufgabe der Reduktion dieser Komplexität und liefern Orientierungshilfen. Soziale Systeme verringern also die Anzahl der Möglichkeiten, denn nicht alle Ereignisse und Zustände der Welt können im System auftreten:

„Reduktion der Komplexität meint Abbau oder Verringerung der möglichen Zustände oder Ereignisse. Soziale Systeme reduzieren die Weltkomplexität, indem sie Möglichkeiten ausschließen. Nicht alle möglichen Ereignisse und Zustände der Welt können im System auftreten. Nur sehr wenig von dem, was in der Welt möglich ist, wird in einem sozialen System auch zugelassen, das Meiste bleibt ausgeschlossen“ (Kneer/Nassehi 1994: 41).

Nach Luhmann gibt es drei Typen von sozialen Systemen: Interaktionssysteme, Organisationssysteme und Gesellschaftssysteme. Interaktionssysteme entstehen dadurch, dass Personen, die sich gegenseitig wahrnehmen,



handeln. Kneer und Nassehi nennen ein Seminar an einer Universität als Beispiel: alle Wortmeldungen, Vorträge oder Gespräche mit dem Sitznachbar sind Handlungen, die das Interaktionssystem konstituieren. Wenn das Seminar zu Ende ist, die Anwesenden den Raum verlassen und Handlungen aufhören, löst sich das Interaktionssystem auf. Bei den Organisationssystemen ist die Mitgliedschaft an bestimmte Bedingungen geknüpft, es gibt hier organisatorische Gebilde und einzelne Mitgliedschaftsgruppen. Die Universität ist beispielsweise als ein solches Organisationssystem zu nennen, denn der Ein- und Austritt ist formell geregelt, zu nennen. Das Gesellschaftssystem hingegen ist das umfassendste System, da man nicht in die Gesellschaft eintreten oder aus ihr austreten kann. Die Gesellschaft ist auch nicht die Summe aller Interaktions- und Organisationssysteme, da „in dem Gesellschaftssystem eine Vielzahl von Handlungen auftreten, die nicht von Interaktions- bzw. Organisationssystemen hervorgebracht werden“ (Kneer/Nassehi 1994: 43).

### **2.3 System/Umwelt Differenz**

Nach Luhmann ist die Systemtheorie notwendigerweise eine System/Umwelt-Theorie. Der Ausgangspunkt jeder systemtheoretischen Analyse ist die Differenz zwischen System und Umwelt, da sich Systeme strukturell an ihrer Umwelt orientieren und ohne diese nicht existieren können. Nur durch die Erhaltung der Differenz zur Umwelt ist es dem System möglich, sich zu konstituieren und auch zu erhalten. Gäbe es diese Differenz nicht, so gäbe es auch keine Selbstreferenz, denn „Differenz ist Funktionsprämisse selbstreferentieller Operationen“ (Luhmann 1987: 35). So sieht Luhmann in der Erhaltung der Grenze des Systems die (Selbst-)Erhaltung des Systems.

Was den Begriff der Umwelt betrifft, so ist sie nicht als System zu verstehen. Die Umwelt ist für jedes System eine andere und erhält ihre Einheit erst durch die Relativität zum System. Demnach besitzt die Umwelt keine Fähigkeit zur Selbstreflexion und schon gar keine Handlungsfähigkeit (vgl. Luhmann 1987: 35). Was die Gesellschaft angeht, so besteht sie aus Teilsystemen, die innerhalb dieser exklusiv eine bestimmte Funktion übernehmen. Stolba

argumentiert, dass es „in modernen, funktional differenzierten Gesellschaften keine zentrale Instanz gesamtgesellschaftlicher Reichweite mehr gibt“ (Stolba 1997: 78).

Die funktionale Analyse eines Systems bezieht sich immer auf die Umwelt und nicht auf das Subjekt, denn die Identität eines Systems kann nur mittels Differenz zur Umwelt ermittelt werden, was den Ausgang jeder systemtheoretischen Forschung darstellt (vgl. ebd.: 79). Die Verstärkung der identitätsbildenden System/Umwelt-Differenz entsteht dadurch, dass Systeme ihre eigenen Kommunikationen mittels eines systemspezifischen Mediums transportieren und einen systemeigenen Code verwenden.

## **2.4 Autopoiesis**

Der Begriff Autopoiesis setzt sich aus den griechischen Worten autos (=selbst) und poiein (=machen) zusammen, bedeutet also so viel wie Selbsterzeugung. Luhmann übernahm den Begriff von Humberto Maturana und Francisco Varela, die diesen für den Bereich der Biologie formuliert hatten. Es ist ein Begriff, der für alle Lebewesen Gültigkeit besitzt. Per Definition sind autopoietische Systeme:

„lebende Gebilde, die sich selbst herstellen und erhalten. Das geschieht, indem sie die Komponenten und Bestandteile, aus denen sie bestehen, selbst produzieren und herstellen, indem sie also durch ihr Operieren ihre eigene Organisation fortlaufend erzeugen. Dies muss man sich derart vorstellen, dass die Komponenten in einem zirkulären Prozess miteinander interagieren und dass dabei die Komponenten ständig erzeugt werden, die zur Erhaltung des Systems notwendig sind“ (Kneer/Nassehi 1994: 48).

In der Systemtheorie sind soziale Systeme gleichzusetzen mit autopoietischen Systemen, also mit solchen, die nicht nur ihre Strukturen, sondern auch die Elemente aus denen sie bestehen, selbst erzeugen. Wie eine lebende Zelle, die durch eine Zellmembran geschützt wird, sind autopoietische Systeme geschlossene Systeme, die sich von ihrer Umwelt abgrenzen. Sie lassen sich somit als geschlossene Systeme beschreiben. Aufgrund dieser Geschlossenheit beziehen sich die Systeme auf sich, operieren also selbstreferentiell.

Die Geschlossenheit steht jedoch keineswegs im Gegensatz zur Offenheit eines autopoietischen Systems, denn geschlossene Systeme sind gleichzeitig auch offene Systeme. Um das Beispiel der Zelle nochmals heranzuziehen: eine Zelle steht mit ihrer Umwelt in Kontakt, indem sie Materie und Energie austauscht. Diese Offenheit, scheinbar im Widerspruch zu der Geschlossenheit, wird durch diese erst ermöglicht. Der Umweltkontakt wird nicht durch die Umwelt, sondern durch das System selbst bestimmt und geregelt. Kneer und Nassehi stellen fest: *„Die Geschlossenheit der autopoietischen Organisation ist die Voraussetzung für ihre Offenheit“* (Kneer/Nassehi 1994: 51/Hervorheb. i. O.).

Der Begriff der Autopoiesis in der Systemtheorie verdeutlicht also, dass weder das System von der Umwelt noch die Umwelt von System determiniert wird, sondern dass ein System sich mit seiner Umwelt in einem Austausch befindet und sich gleichzeitig durch seine eigenen Elemente bzw. Operationen selbst reproduziert (vgl. Kneer/Nassehi 1994: 48-51).

## **2.5 Kommunikation**

„Soziale Systeme sind autopoietische Systeme, die fortlaufend Kommunikation aus Kommunikation produzieren“ (Kneer/Nassehi 1994: 81). Kommunikationen stellen in der Systemtheorie die kleinsten Einheiten des Sozialen dar, da es für die Kommunikation, wie auch für das Soziale, mindestens zweier psychischer Systeme bedarf. Dennoch: Kommunikationen lassen sich nicht durch ein einfaches Sender-Empfänger-Modell beschreiben, da die Bewusstseinsysteme, die an der Kommunikation beteiligt sind, selbstreferentiell-geschlossen operieren. Für Luhmann ist der Kommunikationsbegriff daher ein Selektionsprozess, der sich aus drei Komponenten zusammensetzt: Information, Mitteilung und Verstehen. „Begreift man Kommunikation als Synthese dreier Selektionen, als Einheit aus Information, Mitteilung und Verstehen, so ist Kommunikation realisiert, wenn und soweit Verstehen zustande kommt“ (Luhmann 1987: 203).

Mitteilung bedeutet dabei, auf welche Art und Weise die Information transportiert wird. Man wählt dabei aus einer Vielzahl an Möglichkeiten wie zum Beispiel das Herausschreien, das Flüstern und die schriftliche Übermittlung. Mit Verstehen meint Luhmann, dass eine Anschlusskommunikation erwartet werden kann, was voraussetzt, dass Kommunikation nur als ein selbstreferentieller Prozess möglich ist, da jede Kommunikation auf einem Verstehen der vorangegangenen Kommunikationen aufbaut, was die Autopoiesis am Laufenden hält und Selbstreferentialität voraussetzt (vgl. Kneer/Nassehi 1994: 83).

Kommunikation ist für Luhmann also immer ein Prozess des Selektierens, die dabei entstandenen Mitteilungen sind als Vorschläge für das Selektieren zu verstehen, die, wenn aufgegriffen, erst Kommunikation ermöglichen. Anders ausgedrückt: Man kann von Kommunikation sprechen, wenn der Komplex A seinen Zustand ändert, der mit der Änderung des Zustandes des Komplexes B korrespondiert. Beide Komplexe hätten jedoch aufgrund der Komplexität andere Möglichkeiten und Zustandsbestimmungen, woraus folgt, dass Kommunikation immer einen Prozess der Selektion miteinschließt. Das System benötigt also eine Grundorganisation, also muss es seine Elemente zu kommunikationsfähigen Komplexen zuordnen (vgl. Luhmann 1987: 58).

## **2.6 Binäre Codierung**

Die Anschlussfähigkeit und die laufende Produktion und Reproduktion der System/Umwelt-Differenz vollzieht sich bei funktionalen Systemen durch einen binären Code, der einen positiven und einen negativen Wert fixiert. Der positive Wert beschreibt die Anschlussfähigkeit der Operationen, stellt also das dar, womit man etwas anfangen kann. Der negative Wert hingegen dient lediglich der Reflexion der Bedingungen, unter denen der positive Wert ersetzt werden kann. Diese Code-Differenz, also die Differenz zwischen dem positiven und dem negativen Wert, dient der Selbstbestimmung des Systems und legt fest, welche Operationen zum System gehören und welche Operationen in der Umwelt des Systems ablaufen (vgl. Luhmann 1996: 35).

### **3 Systeme politischer Kommunikation**

In diesem Kapitel werden die drei Systeme politischer Kommunikation im Sinne der Luhmannschen Systemtheorie genauer behandelt. Dem funktional-strukturellem Ansatz folgend, liegt neben der strukturellen Analyse das Augenmerk im Besonderen ihrer Funktionen im Prozess der politischen Kommunikation, die nach Weischenberg als „die Beziehungen zwischen dem politischen System, den Mediensystem und der Öffentlichkeit“ (Weischenberg 1993: 133) definiert wird. Dementsprechend können die Erläuterungen zu den drei Systemen nicht separat voneinander gesehen werden – vielmehr infiltrieren sie sich einander und sind als Einleitung zum Verständnis der politischen Kommunikation zu begreifen.

#### **3.1 System Massenmedien**

Bei den Überlegungen zur funktionalen Analyse der Massenmedien stellt sich für Luhmann zunächst die Frage, wie sich das System überhaupt ausdifferenzieren konnte. Er kommt zu dem Schluss, dass nicht die Informationen, die die Massenmedien verbreiten, im Zentrum dieser Frage stehen, sondern die Art und Weise, wie dies geschieht. Denn erst die maschinelle Herstellung eines Produktes als Träger der Kommunikation hat zur Ausdifferenzierung des Systems Massenmedien geführt. Ein weiteres wichtiges Merkmal zur Beschreibung des Massenmediensystems ist, dass zwischen Sender und Empfänger keine Interaktion stattfinden kann.

Nach Luhmann ist der Code des Systems Massenmedien die Differenz zwischen Information und Nichtinformation, wobei Information den positiven, die Nichtinformation den negativen Wert darstellt. Information ist also etwas Erwünschtes, dennoch könnte dieser positive Wert ohne sein Gegenstück nicht existieren, da der negative Reflexionscode (die Nicht-Information) notwendig ist, um etwas überhaupt als Information ansehen zu können.

Des Weiteren besteht die Besonderheit des binären Codes des Systems Massenmedien darin, dass eine Information, sobald sie zum Ereignis wurde, sich in Nichtinformation verwandelt. Sobald ein Massenmedium ein weiteres Mal

eine bestimmte Information veröffentlicht, so behält diese zwar ihren Sinn, verliert aber ihren Informationswert. Durch jene Verwandlung von Informationen in Nichtinformationen zwingt sich das System selbst, für neue Informationen zu sorgen (vgl. Luhmann 1996: 33ff).

Ausgehend von der Differenzierung zwischen Medium und Form, nach der sich die Medien nur durch die Beobachtung ihrer Formen erschließen lassen, kategorisiert Luhmann die Programme des Massenmediensystems. Die drei Bereiche sind: Nachrichten und Berichte, Werbung und Unterhaltung (vgl. Stolba 1997: 89). Alle drei operieren mithilfe des gleichen binären Codes der Information/Nichtinformation, weshalb sie keine Subsysteme, sondern Programmbereiche sind. Der Bereich Nachrichten und Berichte ist stark an das politische System gekoppelt, der Bereich Werbung an die Wirtschaft und der Bereich Unterhaltung ist als Anlehnung an das Kunstsystem zu verstehen (vgl. Stolba 1997: 89-91):

#### 1. Nachrichten und Berichte

In diesem Bereich ist die Verarbeitung von Information/Nichtinformation am deutlichsten. Wie zwischen Information und Nichtinformation unterschieden wird, zeigen empirische Untersuchungen, die sich auf die Nachrichtenwerttheorie stützen. Luhmann identifiziert folgende Selektoren, die Informationen von Nichtinformationen trennen: Neuheit der Information, Bevorzugung von Konflikten, Quantitäten der Aufmerksamkeitsfänger, lokaler Bezug einer Information, Normenverstöße (Rechts- oder Moralverstöße), bevorzugte Zurechnung der Information auf Handelnde, Erfordernis der Aktualität/Rekursivität und Verbreitung von Nachrichten als Meinungsäußerungen.

#### 2. Werbung und 3. Unterhaltung

Die Funktion des Bereichs Werbung ist eine Entscheidungshilfe für Menschen hinsichtlich Qualitäten von Objekten und Verhaltensweise; die Unterhaltung dient zum Abbau einer selbsterzeugten Unsicherheit durch Informationssequenzen.

### 3.1.1 Politische Funktionen der Massenmedien

Die Funktionen der Massenmedien werden bei besonderer Berücksichtigung politischer Funktionen nach Franz Ronneberger beschreiben. Politische Funktionen sind per Definition jene, die von der Massenkommunikation im Hinblick auf das politische System erbracht werden. Diese sind das Herstellen von Öffentlichkeit, die politische Sozialisationsfunktion, die Kontrollfunktion sowie die Bildung- und Erziehungsfunktion (vgl. Ronneberger 1974: 198ff):

#### 1) Herstellen von Öffentlichkeit.

„Wir haben es mit einer Öffentlichkeit zu tun, die sich im Verlauf der letzten Jahrhunderte dank des immer umfassender und dichter werdenden Netzes der an der öffentlichen Kommunikation hervorragend gebildeten Mittler – von der Presse bis zur Schallplatte und der modernen Audiovision – herausgebildet hat“ (Ronneberger 1974: 199)“

Moderne Öffentlichkeit folgt also ähnlichen Gesetzen wie die Güterproduktion: Bedürfnisse werden geweckt und dann befriedigt. Die Kommunikatoren haben es in der Hand, ein Ereignis hervorzuheben, hochzuspielen oder durch das Nichtbeachten quasi nicht existent zu machen.

#### 2) Politische Sozialisationsfunktion

Die heutige Gesellschaft besteht nach Ronneberger aus einem Netz an Subkulturen, das immer diversifizierter und unübersichtlicher wird, wodurch die Tendenz zur Desintegration steigt und die Integrationsfunktion in der modernen Gesellschaft den Medien zukommt: Integration im Kindheitsalter geschieht durch Familie und Umfeld, aber die Formulierung des politischen Willens wird von den Massenmedien beeinflusst, da die Gesellschaft und der Staat sich kaum mittelbar erleben lassen. Mittels Massenmedien vollzieht sich nicht nur die Identifikation des Staatsbürgers, sondern auch die Autoritäten des politischen Systems gewinnen Einblick in die Gesellschaft.

### 3) Kontrollfunktion

Ronneberger definiert Kontrolle als die „Überwachung von Soll- und Istwerten“ (Ronneberger 1974: 203), aber eine vollendete Kontrolle schließt Sanktionen mit ein, weswegen wir es bei Massenmedien mit unvollendeter Kontrolle zu tun haben. Auf Umwegen kann sie aber indirekt zu Sanktionen führen, wenn sich die Kontrollinstanzen des politischen Systems einschalten.

Voraussetzung für diese Kritikfunktion ist die „Freiheit von staatlichem aber auch von machtvолlem gesellschaftlichem Zwang und Druck“ (Ronneberger 1974: 203).

Die Massenmedien vollziehen ihre Kontrollfunktion nicht mittels eines „Rechts“, vielmehr leihen sie ihre Medien den am staatlichen und gesellschaftlichen Prozess Beteiligten. Dieser Prozess ist nicht im Sinne eines Gegnerschaftsverhältnisses, sondern er dient der Systemimmanenz eines „gesellschaftlich-staatlichen, pluralistischen Gesamtsystems“ (Ronneberger 1974: 203).

Der zweite Aspekt der Kontrollfunktion ist die „Inter- und Intramediumskontrolle der Massenmedien“ selbst (Ronneberger 1974: 204), denn ohne diese sind sie die einzige nicht kontrollierte Macht.

### 4) Bildungs- und Erziehungsfunktion

Wie schon beim Herstellen von Öffentlichkeit vollzieht sich die politische Bildung mittels Unterhaltung:

„Bildung wäre hier als die Fähigkeit zu definieren, Informationen aufzunehmen und zusammenhängend zu verstehen, wobei der herkömmliche Anspruch, sich eine eigene Meinung zu bilden, nicht als Norm, sondern als Optimum des politischen Gebildet-Seins aufzufassen wäre“ (Ronneberger 1974: 204).

Ronneberger argumentiert, es wäre schon viel, wenn es den Medien gelingen würde, ein Interesse für politische Fragen zu wecken und Informationen gegenüber eine kritische Haltung anzunehmen. Es wäre also die Aufgabe der



Journalisten und der Techniker, das politische Interesse zwar auf unterhaltsame Art und Weise zu wecken, aber sie dann auch aufzufangen, zu pflegen und zu vertiefen.

Erziehungsfunktion ist nicht im Sinne von Erziehen per se gemeint, denn der Kommunikator ist kein Erzieher. Der Erziehungserfolg würde eine Überprüfung durch das politische System voraussetzen.

Am ehesten greift die Bildungsfunktion dort, wo schon ein politisches Interesse da ist. Bei widersprüchlichen Informationen ist es ungewiss, wie der Meinungs- und Willensbildungsprozess vor sich geht. Hier spielt die selektive Wahrnehmung eine große Rolle.

### **3.2 System Politik**

Bei der Beschreibung des Systems Politik geht Luhmann nicht von einer Unterscheidung zwischen Staat und Gesellschaft aus, sondern er sieht die Politik als ein Teilsystem der ausdifferenzierten Gesellschaft, die in seiner Theorie der sozialen Systeme das umfassendste System darstellt. Innerhalb des politischen Systems selbst definiert Luhmann eine Binnendifferenzierung in drei Subsysteme: Verwaltung, Parteien und Publikum. Die Verwaltung setzt sich aus Parlamenten, Regierungen und Verwaltungsbürokratien zusammen und ist für die Ausarbeitung und den Erlass bindender Entscheidungen zuständig, deren Themen von den Parteien vorgegeben werden. Parteien sind also für die „Vorbereitung der Themen und die Auswahl von Personen, das Testen von Konsenschancen und den Aufbau von Macht“ (Stolba 1997: 138) verantwortlich. Schließlich stellt das Publikum das Elektorat dar und ist „Adressat von Verwaltungsakten als auch Ressource für politische Unterstützung“ (ebd.). Zur Vermittlung zwischen den drei Subsystemen werden drei Referenzpunkte angenommen: die öffentliche Meinung, Personen und die Orientierung am Recht.

„Die öffentliche Meinung artikuliert dabei Themen. Um Themenpräferenzen zu repräsentieren bedarf es weiters Personen in Spitzenpositionen, die für Entscheidungen Verantwortung übernehmen. Und um diesen Entscheidungen Bindungswirkung zu

verleihen, bedarf es einer Orientierung am Recht – sollen politische Entscheidungen durchsetzbar sein, müssen sie sanktionsbewehrt sein“ (Stolba 1997: 125).

Das System Politik operiert mittels des binären Codes mächtig/machtlos bzw. Regierung/Opposition, da nur die Regierung Entscheidungen treffen kann, weshalb die Opposition hier lediglich als Reflexionscode dient. Durch die Codierung mächtig/machtlos können aus der Umwelt jene Kommunikationen selektiert werden, die das System zum Prozessieren benötigt (vgl. Stolba 1997: 140).

Für die Gesellschaft ist die Funktion des politischen Systems die Herstellung von bindenden Entscheidungen für ihre Teilsysteme, das bedeutet, dass Leistungen überall dort vorliegen, wo bindende Entscheidungen benötigt werden (vgl. Stolba 1997: 131). So ist die Funktion der Politik für das System Massenmedien, das ebenfalls ein ausdifferenziertes System innerhalb der Gesellschaft ist, unter anderem die Schaffung der Mediengesetze, also die Medienregulierung.

### **3.3 System Öffentlichkeit**

„Öffentliche Meinung kann nicht mehr als einfach politisch relevantes Ergebnis, sie muss als thematische Struktur öffentlicher Kommunikation gesehen werden – mit anderen Worten: nicht mehr nur kausal als bewirkte und weiterwirkende Wirkung, sondern funktional als Selektionshilfe“ (Luhmann 1974: 28).

Luhmann geht dabei von den Begriffen der Differenzierung und der Kontingenz aus und argumentiert, dass die öffentliche Meinung sich nicht aus Meinungen, sondern aus Themen politischer Kommunikation zusammensetzt. Diese werden als Sinnkomplexe, über die man redet, verstanden, über die man jedoch verschiedene Meinungen haben kann.

Die Unterscheidung zwischen Themen und Meinungen ist für Luhmann zentral, da eine Verschmelzung der beiden Gefahren für die Funktion der öffentlichen Meinung birgt. Konzentriert sich das politische System nur auf Meinungen, so rutscht es sehr leicht in eine Manipulationsrolle hinein. Gründe für diese

Manipulation sind: „technisch bedingte Einseitigkeit der Kommunikation über Massenmedien, durch psychotechnisch überlegtes Arrangement, vor allem aber auch durch die Moralisierung der Kommunikation“ (Luhmann 1974: 33).

Da die Gesellschaft viel zu komplex geworden ist, ist die Integration durch eine gemeinsame Moral nicht mehr möglich. Weiters behauptet Luhmann, dass eine moralische Stilisierung die Kommunikation zu einem Mittel macht, sie unbeantwortbar zu machen (ebd.). Die Folge ist eine resonanzlose öffentliche Moral.

Wenn man hingegen im Kommunikationsprozess zwischen Themen und Meinungen differenziert, kommt es zu einem Streit zwischen den Meinungen und nicht zum Streit über das Recht auf Streit über Meinungen. Ohne diese Differenzierung kann nach Luhmann die Kommunikation nicht mehr interaktiv geführt werden. Die Funktion der öffentlichen Meinung besteht nicht in der „Richtigkeit der Meinungen [...], sondern in der Struktur gebenden Leistung von Themen“ (Luhmann 1974: 34).

Luhmann stellt fest, dass die Gesellschaft, und somit die öffentliche Meinung, sehr differenziert ist und aus kleinen, diskutierenden Zirkel besteht (Luhmann 1974: 29). Jene funktionale Differenzierung führt in den modernen Gesellschaften zu einem Selektionszwang. Die Selektion innerhalb der öffentlichen Meinung, die Luhmann als „thematische Struktur öffentlicher Kommunikation“ bezeichnet, basiert auf „Aufmerksamkeitsregeln,“ welche die Konstruktion politischer Kommunikation steuern. Das politische System steuert durch sie die öffentliche Meinung. Die Aufmerksamkeitsregeln dienen primär nicht der inhaltlichen Festlegung von Meinungen, sondern dem Auffangen von Aufmerksamkeit (vgl. Luhmann 1974: 37-38).

- 1) *Überragende Priorität bestimmter Werte*, wie beispielsweise Frieden. Die Verletzung oder die Bedrohung jener Werte lässt von selbst ein politisches Thema entstehen.
- 2) *Krisen oder Krisensymptome*, die als Bedrohungen des Systembestandes gesehen werden.

- 3) *Status des Absenders einer Kommunikation.* Je bekannter ein (politischer) Akteur, desto eher erregen seine Mitteilungen Aufmerksamkeit.
- 4) *Symptome politischen Erfolges,* wie beispielsweise steigende Stimmzahlen. Umstände, die mit jenen Erfolgssymptomen assoziiert werden, finden eher Beachtung.
- 5) *Die Neuheit von Ereignissen.* Jede Veränderung fällt auf und alles Neue bringt die Vermutung der Wichtigkeit mit sich.
- 6) *Schmerzen oder zivilisatorische Schmerzsurrogate.* Bedrohungen wie beispielsweise Stress, physische Belastungen, Geldverluste etc. haben eine hohe Alarmstufe.

Der Begriff der Öffentlichkeit kann nach Luhmann nur nach dem jeweiligen Entwicklungsstand der Gesellschaft bestimmt werden. Für moderne, differenzierte Gesellschaften bedeutet das, dass die Kommunikationen weder durch ihre nichtpolitischen Teilsystemen, wie beispielsweise Familien oder Forschungsgruppen, noch durch ihre politischen Teilsysteme wie beispielsweise politische Parteien oder Interessensverbände strukturiert sind, sondern durch die Themen der öffentlichen Meinung. Für die Funktion der Öffentlichkeit bedeutet dies, dass nicht alle Kommunikationen entscheidend sind, sondern die Strukturierung aller institutionalisierten Themen. Diese werden definiert als solche, bei denen grundsätzlich die Bereitschaft besteht, sich in Kommunikationsprozessen mit ihnen zu beschäftigen. Öffentlichkeit ist demnach die „Unterstellbarkeit der Akzeptiertheit der Themen“ (Luhmann 1974: 44). Die Funktion der öffentlichen Meinung ist also die Strukturierung des sozialen Systems, die auf verschiedene, aber nicht auf beliebige Weise geschehen kann.

#### **4 Wechselbeziehungen Politik – Massenmedien**

Systemtheoretisch gefasst kann politische Kommunikation, wie schon erwähnt, als „die Beziehungen zwischen dem politischen System, dem Mediensystem und der Öffentlichkeit“ definiert werden (Weischenberg 1993: 133). Diese Wechselbeziehungen stellen gleichsam ein Kontrollsystem sicher, das der Kern einer offenen Gesellschaft ist. Strukturell ist nicht nur die Trennung der drei Staatsgewalten Exekutive, Legislative und Judikative als essenziell für dieses Kontrollsystem und für die Idee der Demokratie zu erachten, sondern auch die Meinungs- und Pressefreiheit, denn die Rolle der Medien ist es, Informationsangebote für alle bereitzustellen, die am politischen Willensprozess beteiligt sind, d. h. sowohl für die Bevölkerung als auch für deren Repräsentanten. Die Macht der Medien resultiert weniger aus Rechtsansprüchen, sondern sie muss als eine Mischung aus normativen, strukturellen und psychologischen Faktoren verstanden werden. Dies führt dazu, dass der Diskurs über die Rechte und Pflichten der Presse immer weiter geführt wird. Denn: Normativ geht der Medieneinfluss auf liberale und sozialistische Prinzipien zurück, strukturell basiert er auf einer Vermittlungsfunktion in der Gesellschaft und psychologisch beruht er auf der gewachsenen Glaubwürdigkeit bestimmter Medien für bestimmte Bevölkerungsgruppen. Komplexe Beziehungsmuster innerhalb der politischen Kommunikation lassen bei allen drei Beteiligten Unsicherheiten aufkommen: Die Öffentlichkeit stellt die Unabhängigkeit der Medien infrage, die Politiker fürchten, die Medien könnte das Wählerverhalten der Bürger ungünstig beeinflussen und die Medien stehen vor dem Dilemma, dass sie die Wünsche von beiden befriedigen sollen, um zu überleben (vgl. Weischenberg 1993: 133-135).

Die Wechselbeziehungen zwischen dem System Politik und dem System Massenmedien sollen nun im Folgenden anhand von drei Paradigmen beschrieben werden: Dem Gewaltenteilungsparadigma, dem Instrumentalisierungsparadigma und dem Paradigma der Interdependenz. In den 1980er Jahren herrschte das Instrumentalisierungsparadigma vor (vgl. Sarcinelli/Schatz 2002: 24), heute jedoch beherrscht das Symbiose-Paradigma, das unter anderem als „reflexive Verschränkung“ oder

„Interdependenz“ bekannt wurde, die Forschung der politischen Kommunikation. Sie stützt sich auf die wechselseitigen Beziehungen und Abhängigkeiten der beiden Systeme Politik und Massenmedien.

#### **4.1 Gewaltenteilungsparadigma**

Die Gewaltentrennung in Exekutive (vollziehende Gewalt), Legislative (Gesetzgebung) und Judikative (Gerichtsbarkeit) fand ihren Ursprung in den Schriften von John Locke und wurde von Montesquieu 1748 in seinem Werk *Geist der Gesetze* weiterentwickelt (vgl. Kotzina 1999: 16). Die Aufgabe der drei Staatsgewalten ist es, einander zu kontrollieren, damit die Demokratie gewahrt wird und es zu keinem Machtmissbrauch seitens einer der Staatsgewalten kommt.

Den Medien kommt in der heutigen Gesellschaft die Funktion der so genannten „Vierten Gewalt“ zu, wobei sie sich als eine Art Kontrollinstanz betätigen sollen, die über die drei Staatsgewalten wacht. Als die „Vierte Gewalt“ ist es also die Aufgabe der Medien, den Mächtigen auf die Finger zu schauen. Bei dem Gewaltenteilungsparadigma geht man von einer ganz klaren Distanz zwischen dem politischen System und dem System Massenmedien aus, denn das Paradigma stützt sich auf das Liberalismus-Modell, bei dem die Medien frei sein müssen, um eben diese Aufgabe erfüllen zu können.

Je nach dem vorherrschenden System einer Gesellschaft gibt es vier Modelle der Medienausprägungen, die von Siebert, Peterson und Schramm als *Four Theories of the Press* in den Fünfziger Jahren beschrieben wurden: Das erwähnte Liberalismus-Modell, das Autoritarismus-Modell, das Sozialverantwortungsmodell und das Kommunismus-Modell, wobei jenes Konzept zur Klassifizierung der nationalen Mediensysteme in den unterschiedlichen nationalen Ideologien sich weniger auf empirische Daten als auf allgemeine Weltanschauungen stützt. Die zentrale Hypothese von Siebert et al ist, dass die Medien immer die Form und Ausprägung der sozialen und politischen Strukturen übernehmen, in denen sie angesiedelt sind (vgl. Weischenberg 1992: 86ff). Die nachstehende Tabelle porträtiert vier politische

Systeme und Ausprägungen ihrer Mediensysteme, wobei die aufgezeigten Grundannahmen folgende Aspekte betreffen:

„die Auffassung von Natur des Individuums, das Verständnis von Staat/Gesellschaft, die Beziehungen zwischen den Individuum und Staat/Gesellschaft und schließlich auch Wissen und Wahrheit, also Vorstellung davon, was heute 'Medienrealität' genannt wird“ (Weischenberg 1992: 86).

	<b>AUTORITARIS-MUS</b>	<b>LIBERALISMUS</b>	<b>SOZIAL-VERANTWORTUNG</b>	<b>KOMMUNISMUS</b>
<b>Ursprung</b>	England im 16. u 17 Jh. Weit verbreitet bis heute	England nach 1688 und USA; weitreichender Einfluss	USA im 20 Jh.	UdSSR („Muster ähnelt dem des Faschismus“)
<b>Sozialphilosophische Grundlagen</b>	Philosophie der absoluten Macht des Herrschers; Plato, Machiavelli, Hobbes	Schriften von Milton, Locke, Mill; Philosophie der Aufklärung und Naturrechte	Commission on Freedom of the Press; Medienkritik, Berufsethik	Ideen/Schriften von Marx, Lenin, Stalin: Hegel und Russisch. Denken des 19. Jh.
<b>Hauptziele</b>	Unterstützung und Förderung der Politik der Herrschenden; dem Staat dienen	Informieren, unterhalten, verkaufen – aber vor allem Entdeckung der Wahrheit und Kontrolle der Regierung	Informieren, unterhalten, verkaufen aber vor allem Schaffung eines Forums für soziale Konflikte	Zum Erfolg und Bestand des Systems/der Partei beitragen
<b>Senderechte</b>	Besitzer eines königlichen Patents oder ähnl. Erlaubnis	Besitzer von Produktions-/Geldmitteln	Wer etwas zu sagen hat	Loyale und bewährte Parteimitglieder
<b>Kontrolle</b>	Patente, Zünfte, Lizenzierung, Zensur	„Marktplatz der Wahrheit“; freie Konkurrenz von Ideen, Rechtssprechung	Öffentliche Meinung, Verbraucherhandeln, Berufsethik	„Bürokratie der Wahrheit“; Überwachung u. Eingreifen durch den Staat
<b>Zensurobjekte</b>	Kritik der politischen Mechanismen und der Herrschenden	Verleumdungen, Anstößiges; zu Kriegszeiten Aufwiegelung	Eingriffe in private Rechte; Verstöße gegen vitale soziale Interessen	Kritik an Zielen der Partei (nicht: Taktiken)
<b>Medienbesitz</b>	Privat oder öffentlich	Hauptsächlich privat	Privat, soweit der Staat den Dienst für die Öffentlichkeit nicht sicherstellen muss	Öffentlich
<b>Hauptunterschiede</b>	Instrument staatlicher Politik	Instrument für Kontrolle der Regierung u. zur Erfüllung anderer Bedürfnisse der Gesellschaft	Übernahme der Verpflichtung zur sozialen Verantwortung; notfalls Eingriffe zur Sicherstellung	Staatliche, stark kontrollierte Einrichtungen des „Arm des Staates“
<b>Individuum - Staat</b>	Staat ↓ Individuum	Individuum ↓ Gesellschaft	Gesellschaft ↔ Individuum	Gesellschaft ↓ Individuum

Tabelle 1. *Four Theories of the Press* nach Siebert/Peterson/Schramm  
Quelle: Weischenberg 1992: 87

1. Das Autoritarismus-Modell, das zum Ende der Renaissance aufkam, stellt mit der technologisch-ökonomischen Voraussetzung der Satz- und Drucktechnik den Anfang der modernen Massenkommunikation. Das Modell ist geprägt von Herrschaftsunterordnung und Zensur: Die Untergrabung der Autorität der Herrscher durch die Medien wird gleichsam zu einer Straftat. In neuerer Zeit fand das Modell im Nationalsozialismus seine Anwendung.
2. Das Liberalismus-Modell ist geprägt von Pressefreiheit im heutigen, westlichen Sinne, deren Ursprung in der Aufklärung liegt. Technologisch-ökonomische Faktoren sind die Erfindungen des 19. Jahrhunderts, die eine massenhafte Produktion von Medienprodukten ermöglichten. Die Medien sind Privatunternehmen, die auf einem freien Marktplatz der Ideen in einem Konkurrenzverhältnis stehen. Das Veröffentlichte sollte frei von Zensur sein und Publikation und Distribution sollten jedem ohne Einschränkung möglich sein. Das Recht auf Sammeln von Nachrichten sollte gegeben sein, es sollte keinen Zwang geben, irgendetwas zu veröffentlichen. Eine kritische Haltung gegenüber der Regierung oder den Parteien sollte nicht strafbar sein, es sollte keine Behinderung beim Import oder Export sowie beim Ausstrahlen bzw. Empfangen von publizistischen Aussagen über nationale Grenzen hinweg geben.
3. Das Sozialverantwortungs-Modell folgt der Forderung, dass Medien eine Verpflichtung gegenüber der Gesellschaft, in der sie tätig sind, haben. Mit dem Aufkommen der Massenmedien aufgrund neuer technologisch-ökonomischer Voraussetzungen in den USA am Anfang des 20. Jahrhunderts und dem Medienboom ist die Pressefreiheit zu einer Freiheit von Wenigen geworden, weshalb die Forderung nach einem verantwortungsvollen Umgang der Medienschaffenden mit ihrer Macht laut wurde. Die Medien sollten in ihrer Berichterstattung alles vermeiden, was Kriminalität etc. begünstigt und Minderheiten respektieren. Das System sollte pluralistisch sein, Neulinge sollten keinen erschwerten Marktzutritt haben. Auch professionelle Standards wie Genauigkeit und Objektivität sollten gewährleistet sein. Darüber



hinaus sollten sich die Medien innerhalb der vorgegebenen rechtlichen Rahmenbedingungen selbst regulieren.

4. Im Zentrum des Kommunismus-Modells stehen die ökonomisch-technischen Gegebenheiten für die Produktion von Massenmedien. Normativ gesehen sollten die Medien den Arbeitern dienen und sich nicht in privater, sondern in öffentlicher Hand befinden. Im Sinne der gewünschten Normen sollten die Medien Funktionen wie Informationen, Motivierung und Mobilisierung erfüllen. Sie sollten des Weiteren für einen objektiven Blick in die Gesellschaft und die Welt sorgen, wobei die Wünsche des Publikums berücksichtigt werden sollten. Gegen die Gesellschaft gerichteten Veröffentlichungen sollten bestraft werden dürfen, also besteht bei diesem Modell das Recht auf Zensur. Die „ausführende Kraft“ ist hierbei jedoch immer die Gesellschaft (vgl. Weischenberg 1992: 86ff).

#### **4.1.1 Die Pressefreiheit und ihre Grenzen**

In der Zeit der Aufklärung bis zur Mitte des 19. Jahrhunderts trug die Geistes- und Redefreiheit zur Entstehung einer Öffentlichkeit bei, in der die Forderung nach Publizität immer lauter wurde. Nachdem die Gewährleistung der Pressefreiheit als die Voraussetzung für die Stellung der Medien als die „Vierte Gewalt“ im Staat ist, sollen hier die unterschiedlichen Zugänge und Systemausprägungen erläutert werden.

Seit den liberalen Verfassungen im 19. Jahrhundert gehören die Meinungsäußerungs- und Pressefreiheit zum Standard in den westlichen Demokratien. Global gesehen schreiben jedoch alle Länder mit den unterschiedlichsten politischen Systemen die Pressefreiheit auf ihre Fahnen. Derselbe Begriff wird hier jedoch mit unterschiedlichem Inhalt verwendet. Altschull unterscheidet drei Modelle (vgl. Weischenberg 1992: 102): das Marktmodell, das Marxistische Modell und das Entwicklungsmodell.

<b>Marktmodell</b>	<b>Marxistisches Modell</b>	<b>Entwicklungs-Modell</b>
„Freie Presse“ bedeutet, dass die Journalisten frei sind von äußeren Kontrollen	„Freie Presse“ bedeutet, dass die Meinungen aller Leute veröffentlicht werden und nicht nur die der Reichen	„Freie Presse“ bedeutet Gewissensfreiheit für alle Journalisten
Frei ist eine Presse, die keiner Macht dienstbar ist und die durch Macht nicht manipuliert werden kann	Eine freie Presse ist gegen Unterdrückung erforderlich	Pressefreiheit ist weniger wichtig als die Lebensfähigkeit des Landes
Zur Sicherung der Pressefreiheit ist eine nationale Medienpolitik nicht notwendig	Eine nationale Medienpolitik ist notwendig um sicherzustellen, dass eine freie Presse die richtige Form annimmt	Eine nationale Medienpolitik ist notwendig, damit es Rechtsschutz für die Freiheit gibt

Tabelle 2. Unterschiedliche Formen der Pressefreiheit nach Altschull.  
Quelle: Weischenberg 1992: 102

In den westlichen Ländern bedeutet Pressefreiheit die Freiheit und Ausgewogenheit der Informationen, aufgrund derer mündige Bürger ihre politischen Entscheidungen treffen, wobei sich die Frage stellt, welche Informationen von den Medien als Informationen bzw. Nichtinformationen angesehen werden, d. h. was schlussendlich veröffentlicht wird und was nicht.

Beim Marxistischen- sowie beim Entwicklungs-Modell herrscht die Überzeugung, dass ein gewisses Maß an Steuerung notwendig ist, wobei die Lebensfähigkeit der Nation das höchste Gut ist.

Berka erläutert:

„die rechtliche Stellung der Massenmedien in der Gesellschaft hängt davon ab, ob der Staat die Massenkommunikation als eine staatlich organisierte und gelenkte Aufgabe an sich gezogen hat oder ob er sie als eine in Freiheit und Unabhängigkeit vom Staat zu erbringende gesellschaftliche Leistung respektiert“ (Berka 1993: 8).

Beim Marktmodell sind die Grenzen der Pressefreiheit im Zusammenhang mit der wirtschaftlichen Abhängigkeit der Medien, mit jenen, die die „Rechnungen zahlen“ (Altschull 1995: 52), zu sehen. Altschull argumentiert, dass der Inhalt in den Medien eindeutig die Interessen jener widerspiegelt, die die ökonomische Macht über sie haben, und identifiziert vier Muster oder Arten von Verflechtungen zwischen den „Paymasters“ und dem Inhalt in den Medien: Erstens das „official pattern“, das von Regulierungen seitens der Regierung bestimmt wird, zweitens das „commercial pattern“, das die Ansichten der

Werbetreibenden und deren kommerziellen Alliierten widerspiegelt, drittens das „interest pattern“, das von den Interessen der finanzierenden Organisationen wie Unternehmen, politischen Parteien oder religiösen Gruppen bestimmt wird und viertens das „informal pattern“, bei dem der Medieninhalt von Freunden, Verwandten oder lobbyistischen Gruppen bestimmt wird. Je weniger ein Land in ökonomischer Hinsicht entwickelt ist, desto stärker kann der Einfluss der „informal patterns“ beobachtet werden (vgl. Altschull 1995: 52).

## **4.2 Instrumentalisierungsparadigma**

Das Instrumentalisierungsparadigma geht bei den Beziehungen zwischen dem politischen System und dem Massenmediensystem von einem ganz klaren Machtverhältnis aus, wobei es hier zwei Ansätze gibt: das Konzept der „starken“ bzw. „schwachen“ Medien (vgl. Stolba 1997: 22ff).

Das Konzept der „schwachen Medien“ basiert auf dem Autonomieverlust der insbesondere öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten durch Instrumentalisierung der „Personal-, Programm-, und Gebührenpolitik durch das politische System sowie des gesamten Mediensystem angesichts des wachsenden Einflusses der politischen Öffentlichkeitsarbeit“ (Stolba 1997: 22). Innerhalb dieses Konzeptes wird angenommen, dass die Massenmedien in erster Linie Institutionen der Politikvermittlung sind, weshalb sie dem politischen System dienen sollten. Durch eine zunehmende Kontrolle der Massenmedien versuchen die Verwaltungen, Parteien und Parlamente ihre eigenen Defizite zu kompensieren, wobei vor allem die politische Berichterstattung als funktionaler Beitrag für politisch-administrative Steuerungsinteressen interpretiert wird. Ein immer dichteres Netz von politischen Public Relations ist die Folge von dieser Entwicklung (vgl. Schulz 2008: 46-47).

Die Vertreter des Konzepts der „starken Medien“ erkennen eine starke Mediatisierung der Politik, also die Unterwerfung der Politik unter die Massemedien. Innerhalb dieses Konzeptes herrscht die Meinung, dass in der

heutigen, modernen Gesellschaft die Politik nicht ohne Massenmedien existieren kann, und die Forderung nach Publizität immer lauter wurde, weshalb sie notwendigerweise in ein Abhängigkeitsverhältnis gerät (vgl. Oberreuter 1982: 23). Kepplinger, ein weiterer Vertreter des Konzepts der starken Medien, argumentiert, dass Massenmedien als ein illegitimer Bestandteil des politischen Entscheidungsprozesses sind, wodurch das administrative System Legitimität auf Kosten der steigenden Legitimität der Massenmedien verliert. Die Gründe dafür sind (vgl. Stolba 1997: 23),

- dass Massenmedien bei der Informationsbeschaffung, Informationsbearbeitung und Informationsverbreitung dem politischen System überlegen sind
- dass sie hinsichtlich Personal, den Inhalten und Folgen ihrer Berichterstattung über eine hohe Selektionsfähigkeit verfügen
- dass die Medien ihren Urteilen nicht konstant sein müssen und
- dass sie von Verantwortung befreit sind

#### **4.3 Interdependenz und Symbiose**

In den neueren Theorien zum Verhältnis Politik und Massenmedien distanziert man sich immer mehr von Instrumentalisierungsschemen und tendiert zur Symbiose der beiden Systeme. Man geht hier von einem Tauschgeschäft aus: Information gegen Publizität, was bedeutet, dass zwischen dem System Politik und dem System Massenmedien ein funktionaler Austausch stattfindet.

Saxer fasst die Zusammenhänge systemtheoretisch auf und sieht sich genau die Grenzen des Systems sowie dessen Binnenstrukturen an, welche im Folgenden erläutert werden. So ergibt sich die Interdependenz des Systems Politik und des Systems Massenmedien daraus, dass sie zahlreiche Parallelstrukturen entwickelt haben, indem das politische System institutionelle Strukturen für die elektronischen Medien in Analogie zu sich selbst schafft (vgl. Saxer 1993: 121ff).

Saxer argumentiert, dass die beiden Systeme aufeinander angewiesen seien: Die Politik auf Publizität und die Publizität auf den Input aus der Politik.

Allerdings haben jene Massenmedien, die aus Zwangsregelungen des politischen Systems ausgelöst sind, aufgrund ihrer vor allem wirtschaftlichen Interessen andere Prioritäten als das politische System. Durch das Agenda Setting-Vermögen in Verbindung mit der Stellung der Medien als Vierte Macht können die Medien die Instanzen des politischen Systems in Mitleidenschaft ziehen. Diese Qualität der Publizistik erhöht den Legitimationsdruck auf die Behörden.

Diese politische Kritik bringt ein „immer aufwendigeres Gegensystem von politischen Public-Relations hervor“ (Saxer 1993: 122). Aufgrund dieser Zusammenhänge ergibt sich normativ ein gewisses Gleichgewicht in der Parallel- und Gegenstrukturierung der beiden Systeme.

Die Grenzen des Systems Massenmedien finden ihren Ausdruck in dem Maß an Autonomie, die die Gesellschaft ihnen zuspricht. Medien sind einerseits auf ein effizientes Bereitstellen von Informationen angewiesen, andererseits müssen sie frei von Zensurmechanismen sein, obwohl Politiker immer wieder versuchen, sie in Schranken zu weisen. Das System Politik hingegen ist auf eine politische Kultur angewiesen, die die Zustimmung der Gesellschaftsmitglieder sichert. Medien sind dazu in der Lage, diese Zustimmung zu gewährleisten, allerdings nur, wenn sie nicht „offensichtlich Instrumente des politischen Systems sind“ (Saxer 1993: 124), denn kontrollierte Mediensysteme büßen ihre Glaubwürdigkeit ein. Je mehr also ein politisches System seinen Regelungsanspruch einschränkt, desto mehr trägt es, unter ausreichender Loyalität der Medien, zum eigenen Bestand bei. Angesichts dieser Problematik operiert das politische System über andere Systemgrenzen, um einen zu großen Einfluss der Medien auf den politischen Prozess einzuschränken. Dies geschieht über Vorschriften bei der Vergabe von Rundfunklizenzen, bei der Distribution der Presse durch die staatliche Post oder durch die Situierung der fernmeldetechnischen Einrichtungen usw. (vgl. Saxer 1993: 124).

Ein weiterer Aspekt, der nach Saxer für Symbiose des Systems Politik und Massenmedien spricht, sind deren funktionale Interdependenzen (vgl. Saxer 1993: 125ff). Auf der Input-Stufe bilden Politiker die Hauptquellen für die

Publizistik und politische Ereignisse stellen den Hauptstoff dar. Umgekehrt stellt die Publizistik einen Input von Forderungen für das politische System für das Hervorbringen von Entscheidungen. Auch Politikerkarrieren hängen von der medialen Aufmerksamkeit ab, und ein Politiker eines hohen Ranges verfügt über einen hohen Informationswert.

Auf der Transformations-Stufe besteht die Symbiose darin, dass sich im Fall des Systems Politik und des Systems der Massenmedien die binären Codes nicht decken. Politiker werfen den Medien vor, sie schenken den – ihrer Meinung nach wichtigen – Ereignissen nicht genügend Aufmerksamkeit, die Journalisten hingegen sind oft der Meinung, dass die vom politischen System hervorgebrachten Informationen langweilig seien. So werden diese Informationen von den Journalisten gemäß ihren Attraktivitätsnormen aufbereitet und in Drama umgewandelt.

Schließlich besteht zwischen den beiden Systemen eine Abhängigkeit auf der Output-Stufe. Entscheidungen, die das politische System hervorbringt, werden von den Medien ständig aufgegriffen und stellen gleichzeitig den publizistischen Input dar. Der hervorgebrachte und von dem Massenmediensystem in Information transformierte publizistische Output ist für das politische System wiederum ein neuer Input. Die funktionale Leistung des Systems Publizistik für das politische System ist dreidimensional, denn erstens muss das politische System sicherstellen, dass dessen Resultate bekannt gemacht werden, zweitens, dass sie verstanden werden und drittens dass sie akzeptiert werden können.

#### 4.3.1 Agenda Setting und Agenda Building

Dieser Ansatz der Medienwirkungsforschung beschäftigt sich mit der Frage, worüber Medien berichten. Dearing und Evertt definieren Agenda Setting folgendermaßen:

*„Agenda Setting offers an explanation of why information about certain issues, and not other issues, is available to the public in a democracy; how public opinion is shaped; and why certain issues*

*are addressed through policy action while other issues are not"*  
(Dearing/Everett 1996: 2).

Bei der Agenda Setting-Hypothese geht es also vorrangig um einen Kausalzusammenhang: Medienagenda als Ursache für die Publikumsagenda, wobei es hier drei Modellvarianten gibt (vgl. Burkart 1998: 249/Schulz 1997: 148):

- 1)** das Awareness-Modell, bei dem die Aufmerksamkeit des Publikums für bestimmte Themen unterstellt wird, weil die Medien über sie berichten. Das heißt, dass die von der Bevölkerung wahrgenommen Themen sich mit den von den Medien gebrachten Themen decken,
- 2)** das Sailence-Modell, bei dem unterstellt wird, dass das Publikum bestimmte Themen für wichtig oder weniger wichtig erachtet, weil die Medien in ihrer Berichterstattung ihnen mehr oder weniger Beachtung schenken und
- 3)** das Prioritäten-Modell, das das Sailence-Modell verstärkt, indem unterstellt wird, dass die Rangfolge der Medienagenda sich eins zu eins in der Publikumsagenda widerspiegelt, was bedeutet, dass für die Bevölkerung die Relevanz von Themen sich mit der Relevanz in der Medienberichterstattung deckt.

Nachdem die Massenmedien die wichtigste Informationsquelle in der heutigen Gesellschaft sind und die Bürger oftmals gar nicht die Möglichkeit haben, das politische Geschehen anders wahrzunehmen, haben Medien eine enorme Macht, durch Selektion manche Themen hervorzuheben und sie wichtig erscheinen zu lassen, und manche Themen durch Nichtbeachtung quasi nicht existent zu machen. So geschieht es, dass durch die Lenkung der Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf bestimmte Themen (je nachdem, wie häufig und in welcher Form sie vorkommen) der Rezipient annimmt, dass die Medienagenda, also die Themenrangordnung, sich mit der Agenda des politischen Systems deckt (vgl. Schulz 1997: 146).

In der Agenda Setting-Hypothese ging es aber bald nicht nur darum, „worüber“, sondern „was“ die mediale Öffentlichkeit dachte. Ging man in der Vergangenheit von einem Forschungsdesign aus, das sich auf das Zählen von Beiträgen stützte, so ging man mit der Zeit dazu über, die Wirkungen auf bestimmte soziale Gruppen zu untersuchen. Man geht also verstärkt auch auf die Fragen nach Attributen ein, mit denen ein bestimmtes Thema oder eine bestimmte Person assoziiert wird. Dadurch wurde die Agenda Setting-Hypothese ausdifferenziert und zwar in Image-Agenda Setting (bezieht sich auf das Image bestimmter Personen), Priming (die Verknüpfung der Themen mit bestimmten Personen) und Framing (die Art und Weise wie Themen aufgearbeitet werden) (vgl: Hüning/Kim S 167).

Eine Weiterführung der Agenda Setting-Hypothese ist das so genannte Agenda-Building. Nachdem sich die Medienagenda nicht immer mit der politischen Agenda deckt, versuchen politische Akteure in diesem Kommunikationsprozess die für sie relevanten Themen in der Medienberichterstattung zu platzieren. Dies geschieht mittels Inszenierungen und Pseudoereignissen, wobei die Nachrichtenfaktoren beachtet werden, damit die Wahrscheinlichkeit der Themenplatzierung erhöht wird (vgl. Jarren et al. 2002: 635).

Die Nachrichtenfaktoren dienen im Journalismus als Kriterien der Nachrichtenselektion und -verarbeitung. Nach ihnen entscheidet ein Journalist, was Information und was Nicht-Information ist. Nach Östgard sind dies jene Kriterien: 1) Einfachheit (Einfache Nachrichten werden komplexeren Sachverhalten vorgezogen und/oder komplexe Sachverhalte werden vereinfacht dargestellt), 2) Identifikation (die Aufmerksamkeit der Medienrezipienten wird gewonnen, indem man über bereits bekannte Themen berichtet, Prominente involviert, oder über solche Sachverhalte wählt, die eine räumliche, zeitliche und/oder kulturelle Nähe zum Publikum aufweisen) und 3) Sensationalismus (Ereignisse mit tragischem, emotional erregendem Hintergrund, wie z. B. Unglücksfälle, Verbrechen und Krisen, werden in der medialen Berichterstattung besonders hervorgehoben) (vgl. Burkart, 1998: 275-276).



Schulz identifiziert gar 18 Nachrichtenfaktoren die in 6 Faktorendimensionen zusammengefasst werden können:

Faktorendimensionen	Nachrichtenfaktoren
Zeit	Dazu gehören die Nachrichtenfaktoren <b>„Dauer“</b> (punktuelle Ereignisse von kurzer Dauer haben einen hohen, Langzeitereignisse, die über eine Woche hinaus andauern, einen niedrigen Nachrichtenwert) und <b>„Thematisierung“</b> d. h. die Etablierung eines Ereignisses in der Berichterstattung (ein langfristig eingeführtes Thema hat einen hohen, ein noch nicht etabliertes Thema dagegen einen niedrigen Nachrichtenwert).
Nähe	Dazu zählen die Nachrichtenfaktoren <b>„räumliche Nähe“</b> , gemeint ist die geografische Entfernung zwischen Ereignisort und Redaktionssitz; <b>„politische Nähe“</b> , verstanden als Ausprägung der wirtschaftspolitischen Beziehungen zum Ereignisland; <b>„kulturelle Nähe“</b> , bezogen auf sprachliche, religiöse, literarische und wissenschaftliche Beziehungen zum Ereignisland, und schließlich <b>„Relevanz“</b> , als Grad der Betroffenheit und existenzieller Bedeutung eines Ereignisses.
Status	Hier wurden folgende Nachrichtenfaktoren subsumiert: <b>„regionale Zentralität“</b> als Grad der politisch-ökonomischen Bedeutung der Ereignisregion (bei nationalen Nachrichten); <b>„nationale Zentralität“</b> gemeint als die wirtschaftliche, wissenschaftliche und/oder militärische Macht des Ereignislandes (bei internationalen Nachrichten); <b>„persönlicher Einfluss“</b> , bezogen auf die politische Macht der beteiligten Personen, und <b>„Prominenz“</b> , bezogen auf den Bekanntheitsgrad von Personen (bei unpolitischen Meldungen).
Dynamik	Dazu gehören die Nachrichtenfaktoren <b>„Überraschung“</b> , zu verstehen als die Erwartbarkeit des Zeitpunktes, Verlaufs und Resultats eines Ereignisses, sowie <b>„Struktur“</b> , definiert als die Komplexität der Verlaufsform, Beteiligung und Überschaubarkeit eines Ereignisses.
Valenz	Dazu zählen die Nachrichtenfaktoren <b>„Konflikt“</b> als Grad der Aggressivität politischer Ereignisse; <b>„Kriminalität“</b> bezogen auf die Rechtswidrigkeit von Handlungen; <b>„Schaden“</b> , Personen-, Sach- oder finanzielle Schäden bzw. Misserfolge, und schließlich <b>„Erfolg“</b> , im Sinne des Fortschrittes auf politischem, wirtschaftlichem und kulturellem Gebiet, den ein Ereignis bewirkt.
Identifikation	Diese Dimension enthält noch die Nachrichtenfaktoren <b>„Personalisierung“</b> , verstanden als den Grad des personellen Bezugs eines Ereignisses, und <b>„Ethnozentrismus“</b> , bezogen auf den Umstand, ob und inwieweit das Ereignis die Bevölkerung des Landes betrifft, in der das jeweilige Medium erscheint.

Tabelle 3: Nachrichtenfaktoren und ihre Dimensionen nach Schulz. Quelle: Burkart 1998: 277-278

Um die Themenplatzierung ihrer Inhalte sicherzustellen oder die Chance auf diese zu erhöhen, versuchen die Politiker um jeden Preis den Nachrichtenfaktoren gerecht zu werden, weshalb ein Anstieg an inszenatorischen Elementen in der Politik zu verzeichnen ist. Das nächste Kapitel beschäftigt sich noch ausführlicher mit diesem Aspekt der politischen Kommunikation.

#### 4.3.2 Symbolische Politik

Der Begriff der „symbolischen Politik“ wird im Zusammenhang mit dem Paradigma der Interdependenz und Symbiose in Verbindung gebracht und geht auf eine Reihe von Entwicklungen zurück, die die politische Kommunikation im Medienzeitalter veränderten. Wie schon erwähnt, sind Medien auf das Informationsangebot des politischen Systems angewiesen, was zu einer Professionalisierung kommunikativer Tätigkeiten seitens der Politik führt. Mit dieser Öffentlichkeitsarbeit werden die Medien derart eingebunden, sodass Politik und Medien so genannte Pseudo-Ereignisse gemeinsam kreieren. Durch diese Professionalisierung und die Zusammenarbeit mit den Medien ändern sich so gleichzeitig die Inhalte der Politik. Mit der wachsenden Bedeutung der Kommunikation für das politische System wächst auch der Druck auf die Medien, was zu einem Autonomieverlust der Medienakteure führt. Die Instrumentalisierung der Medien durch die Politik führt nicht zu einem wachsenden Vertrauen und Glaubwürdigkeit gegenüber den politischen Akteuren. Gleichzeitig wird den Medien vorgeworfen, sie würden unzureichend die Welt erklären (Weischenberg 1993: 134).

Der inszenatorische Charakter der Politik, die um die mediale Aufmerksamkeit der Rezipienten bangt, ist in den letzten Jahrzehnten aufgrund der Ausbreitung der elektronischen Medien naturgemäß stärker geworden. Auch die Öffentlichkeit hat sich durch diese Entwicklung gewandelt. Zwischen ihr und den Politikern besteht heute über den Bildschirm eine „scheinbar direkte Beziehung“ (Falter 2002: 421). Scheinbar ist sie allerdings aufgrund der Tatsache, dass das Fernsehen als Medium über eine Reihe an Maßnahmen und Manipulationsmöglichkeiten verfügt, die der Inszenierung der Politik dient. Falter argumentiert, dass in der Politik nie der Inhalt der Entscheidungen im Mittelpunkt steht, sondern vor allem das „Wie sage ich wann was wem – und mit welchem Effekt“ (Falter 2002: 420).

Im Anstieg der Möglichkeiten politischer Inszenierung sieht Falter einen „Amerikanisierungseffekt“ (Falter 2002: 422). Es wird ein Zuwachs der Personalisierung festgestellt, die im medialen Zeitalter immer wichtiger wird. In Wahldebatten und Talkshows werden - auf Kosten des Inhaltes ihrer Reden

– die Charakterfragen und die medienvermittelte Glaubwürdigkeit der Politiker immer wichtiger.

Vor allem in Zeiten des Wahlkampfes lässt sich eine zunehmende Professionalisierung feststellen. In den USA bestimmen die Profis aus der Welt der Medien, der Meinungsforschung und der Werbung die Strategie für den Wahlkampf. Der Fortschritt der Meinungsforschung und der Medienanalyse führt zu „tiefgreifenden Veränderung der Darstellungsformen innerhalb des Wahlkampfes.“ (Falter 2002: 424). Da das Publikum gegenüber politischer Direktwerbung mit bezahlten Werbespots eher eine Abwehrhaltung einnimmt, bietet sich der indirekte Zugang über Product-Placement sowie gezieltes Themen- und Ereignismanagement innerhalb des üblichen Programms.

#### **4.3.3 Akteure politischer Kommunikation**

Akteure werden hier als Beteiligte am Prozess der politischen Kommunikation verstanden, wobei es sich nicht nur um Individuen, sondern auch um Kollektive oder Organisationen handeln kann. Akteure politischer Kommunikation können daher Politiker, Parteien, Parlamente, Interessensverbände, Journalisten, Medien etc. sein, also jene, die einem der Systeme Politik, Massenmedien oder Öffentlichkeit angehören und eine „Fähigkeit zu zielgerichtetem, sozialem Handeln“ aufweisen (Jarren et al. 2002: 636). Im Folgenden werden zunächst Regierungen, Organisationen und Verbände, des Weiteren Individuen wie Politiker, Journalisten und Bürger skizziert.

Im Zentrum des politischen Systems stehen Regierungsorganisationen mit dem Ziel, Akzeptanz für ihre Entscheidungen zu bekommen, denn erst das Vertrauen und Zustimmung der Bevölkerung legitimiert eine Regierung. Gegenüber Parteien verfügen Regierungsorganisationen über einen umfangreichen Informationsapparat und große PR-Etats. Das Ziel der Parteien ist es, Zustimmung für ihre Teilinteressen zu gewinnen, wobei Ihnen ein schmäleres Budget, aber auch größere Möglichkeiten zur Inszenierung zur Verfügung stehen:

	<b>Regierungsorganisationen</b>	<b>Parteien, Verbände, soziale Bewegungen</b>
<b>Handlungsziele</b>	Akzeptanz für Entscheidungen (Machterhalt)	Zustimmung für (z. T. gemeinwohlorientierte) Teilinteressen
<b>Handlungsrepertoire (wichtige Elemente)</b>	Regierungskonferenzen, Auslandsreisen, Kampagnen und Informationsarbeit	Kampagnenarbeit, Inszenierung von Ereignissen, Informationsarbeit
<b>Ressourcen</b>	Umfangreicher Informationsapparat (u.a.: Bundespresseamt, Sprecher vom Ministerien)	Verhältnismäßig schmale Budgets, eher kleine PR-Stäbe
<b>Erfolgschancen</b>	Unterstellter Gemeinwohlanpruch erhöht öffentliche Aufmerksamkeit, Selbstverständnis des politische Journalismus als Kritikinstanz verringert Durchsetzungschancen von Themen und Wertungen tendenziell	<i>Parteien:</i> Spagat zwischen Kernwählerschaft und Wechselwählern, <i>Verbände:</i> Abhängig vom Rückhalt der Mitglieder und der persuasiven Darstellung von Teilinteressen als Gemeinwohlinteresse, <i>Soziale Bewegungen:</i> Abhängig von der Durchsetzung des Anspruchs auf Führerschaft über ein öffentliches Thema

Tabelle 4: Kommunikation unterschiedlicher Akteurstypen.

Quelle: Jarren/Weßler 2002:48

Empirische Untersuchungen auf der Akteursebene lassen erst die Interdependenz und Symbiose der beiden Systeme Massenmedien und Politik deutlich werden. Mittels Beschreibung der Einstellungen und Erwartungen der individuellen Akteure aller drei Systeme lassen sich Aussagen über die mediale Streitkultur treffen, also aller, die an der politischen Kommunikation beteiligt sind. Nach Gurevitch und Blumler liegen auf der Akteursebene der Individuen allen drei Systemen bestimmte Orientierungen zugrunde: Unterschiedliche Ziele der Politiker, unterschiedliche Selbstbilder der Journalisten und unterschiedliche Kommunikationserwartungen der Bürger (vgl. Weischenberg 1992: 240-241).

<b>Politisches System</b>	<b>System Massenmedien</b>	<b>System Öffentlichkeit</b>
Gladiator	Propagandist	Parteigänger
Argumentierer	Vermittler	Wahlbürger
Informator	Kontrolleur	Beobachter
Darsteller	Unterhalter	Zuschauer

Tabelle 5: Individuen als Akteure politischer Kommunikation.

Quelle: Weischenberg 1992: 240

Im politischen System werden unterschieden: der Gladiator, der sich feiern lässt und keinen Widerspruch erlaubt, der Argumentierer, der mit seinen politischen Aussagen überzeugen will, den Informator, der als Auskunftswerte fungiert und der Darsteller, der sich verkaufen möchte.

Im System Massenmedien erkennt man: den Propagandisten, der die Politiker unterstützt, den Vermittler von Informationsangeboten, den Kontrolleur, der die Politiker kontrolliert und den Unterhalter, bei dem es auch bei politischer Berichterstattung um den Unterhaltungswert geht.

Im System der Öffentlichkeit gibt es ebenfalls vier Typen: den Parteigänger, der ideologisch festgelegt ist, den Wahlbürger, der Argumente für seine Wahlentscheidung sucht, den Beobachter, der sich auch über den Wahltag hinaus über das politische Geschehen informiert und den Zuschauer, der in der Politik in erster Linie Unterhaltung und Aufregung sucht.

Bei den Rollenselbstbildern der Journalisten unterscheidet Weischenberg zwei Typen: den Anwalt und den Unterhalter. Der Anwalt versteht seine Rolle als Kritiker an Missständen und sieht das Aufgreifen von Problemen als eine besonders wichtige Aufgabe an. Für den Unterhalter sind die Sensationsberichterstattung sowie das Öffentlichmachen menschlicher Begebenheiten wichtige Aufgaben der Medien, damit die Bedürfnisse der nicht so stark politisch Interessierten berücksichtigt werden. Aus der Untersuchung geht hervor, dass der Anwalt häufiger einer Partei oder einer Gewerkschaft als ein Unterhalter angehört, sich relativ weit links einstuft und ein regelmäßigerer Wähler als der Unterhalter ist (vgl. Weischenberg 1993: 143-144).

Bei den Akteuren der Öffentlichkeit unterscheidet Weischenberg drei Typen: Engagierte, Skeptiker und Konsumenten (ebd.)

- Engagierte befürworten die anwaltliche Rolle des Journalisten und sehen Kritik als eine wichtige Funktion der Medien an. Männer, Jüngere, Ledige und formal besser gebildet sind in dieser Gruppe.

- Skeptiker bezweifeln, dass die Medien ihre Kommunikationserwartungen überhaupt erfüllen können. Das Informationsbedürfnis ist überdurchschnittlich, beim Angebot sind sie zurückhaltend. Mehr Männer als Frauen, formal Gebildetere, vergleichsweise Jüngere, von denen überdurchschnittlich viele unverheiratet sind.
- Konsumenten erwarten von den Medien Unterhaltung und Lebenshilfe. Menschliche Begebenheiten, Unfälle, Sensation werden konsumiert. Zu diesem Typ zählen vor allem Frauen, ältere Menschen und geringer Gebildete.

## **5. Medientransformation nach 1989**

„Aided by the remarkable expansion of communication technology, the media industry moved into countries still struggling to achieve a viable industrial base. With that movement, commercial forces, often allying themselves with fragile governments, began to gain a dominant position challenging the traditional command of interest groups and informal patterns“ (Altschull 1995: 54).

Wurden die Medien in realsozialistischen Gesellschaften als ein Teil des politischen Systems gesehen, so fanden sie sich nach der Wende 1989 vor einer Umplatzierung in das gesellschaftliche System, in dem sie nicht mehr im Dienste der „Partei“, sondern im Dienste der Demokratie tätig sein sollten.

Strukturell gesehen erfuhren die Massenmedien der ehemaligen Staaten des „Ostblocks“ eine organisatorische Umgestaltung, nach der sie nicht mehr ein Teilsystem des politischen System waren, sondern sie differenzierten sich zu einem eigenen, autopoietischen System innerhalb der Gesellschaft aus. Des Weiteren hatte sich das Massenmediensystem auch in wirtschaftlicher Hinsicht ausdifferenziert. Zunächst wurden die bestehenden audiovisuellen Medien nach westlichem Vorbild in öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten verwandelt, mit der Zeit kamen auch private Medien dazu, also neue Wirtschaftsunternehmen. Schließlich erfuhren die Medien aus kultureller Sicht einen Funktionswechsel, wobei ein Einblick auf der Akteursebene aller an massenmedialer Kommunikation Beteiligten notwendig wird: Politiker, Medienverantwortliche und Journalisten fungierten nicht mehr als Propagandisten und Funktionäre der Einheitspartei, sie fanden sich in einem neuen Rollenverständnis wieder. Dies gilt übrigens auch für die Medienrezipienten, deren Rollenverständnis sich vom Zuschauer zum Kunden gewandelt hatte (vgl. Thomaß/Tzankoff 2001: 43-45).

Die Umplatzierung der Medien in den Übergangsgesellschaften vom politischen System in das Gesellschaftssystem vollzog sich aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht in drei Phasen. Zunächst wurden die Medien demonopolisiert bzw. dekommuniziert, was mit einer Internationalisierung der Inhalte verbunden war. In jener Phase fand auch eine Lockerung der Zensur statt, obwohl der Anspruch des politischen

Systems, auf die Medien Einfluss zu nehmen, dennoch zu beobachten war. Aufgrund der neu gewonnenen Meinung- und Äußerungsfreiheit stieg in der Phase der Demonopolisierung die Anzahl Printmedientitel. In einer zweiten Phase kommt es zur Verankerung der Grundrechte wie der Meinungs-, Informations- und Pressefreiheit sowie der Schaffung einer neuen Mediengesetzgebung. Grundlegende Gesetze bezüglich Lizenzvergabe an Rundfunkanstalten beispielsweise werden präzisiert, was einen Anstieg der Medien auch im audiovisuellen Bereich ermöglicht. Auf der Akteursebene vollzieht sich ein fortlaufender Wandel der Professionalisierung in dem Journalisten sich an den westlichen Standards orientieren. In der dritten Phase spielen ökonomische Faktoren in der Medienlandschaft endgültig die Hauptrolle, da die finanzielle Situation vieler Medien noch labil ist. Als Folge dessen setzt ein Prozess der Medienkonzentration, der vor allem durch ausländisches Medienkapital dominiert wird (vgl. ebd.).

Die so eben beschriebenen drei Phasen der Medientransformation haben ihre Gültigkeit ebenfalls in Polen, doch in der Fachliteratur etablierte sich eine Einteilung in fünf Phasen, die im nächsten Kapitel skizziert werden.

### **5.1 Fünf Phasen der Medientransformation in Polen**

Die Transformation des Mediensystems in Polen lässt sich aus heutiger Sicht in fünf entscheidende Phasen einteilen (vgl. Filas 1999: 37):

- 1)** Die Phase ab Mitte Mai 1989 bis etwa Mitte 1991, ausgehend von dem Verbot der Presselizenzierung im Mai 1989, sowie der Parlamentswahlen im Juni gleichen Jahres. Die Zeit war durch einen Enthusiasmus neuer, privater Verleger geprägt. Der Zeitungsmarkt boomte förmlich, es entstanden neue Titel und alte änderten sich merklich, vor allem durch die Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft RSW (Demonopolisierung und Privatisierung) im März 1990. Im Juni ist auch die Zensur verboten worden.
- 2)** Die Phase ab Mitte 1991 bis Ende 1992 war eine Phase der scheinbaren Stabilisierung auf dem Presse- und Rundfunkmarkt. Es gab immer



weniger neue Printmedien; was den Rundfunk angeht, gab es neben den staatlichen Sendern eine Reihe von Privatsendern ohne Lizenz. Erst im Dezember 1992 wurde das nationale Rundfunkgesetz im Parlament verabschiedet, der den audiovisuellen Markt regulieren sollte.

- 3) Die Phase ab Anfang 1993 bis Ende August 1994 ist die Phase des Kampfes am Medienmarkt, vor allem in dem audiovisuellen Sektor in dem neue Rundfunkanstalten (TV- und Radiosender) Lizenzen erwerben und aus dem Boden sprießen. Das neue Gesetz von Dezember 1992 leitete den Anfang einer dualen Rundfunkordnung ein.
- 4) Die Phase ab September 1994 bis Ende 1996 ist von Restrukturierung des Medienmarktes geprägt. Zahlreiche ausländische, vor allem deutsche Investoren betreten den Markt und dominieren zunächst vorrangig den Zeitschriftenmarkt.
- 5) Die Phase ab Anfang 1997 ist gekennzeichnet von der weiteren Aufteilung des Medienmarktes und der fortschreitenden Spezialisierung. Die Auflagen populärer Titel schwinden, dafür werden immer mehr Nischen im Special-Interest-Sektor erschlossen.

## **5.2 Wandel in der Presse:**

Den Grundstein zu Veränderungen am polnischen Medienmarkt legten bereits die Verhandlungen der Gewerkschaft *Solidarnosc* mit der polnischen Regierung am so genannten runden Tisch. Am 8. Mai 1989 erschien die erste Ausgabe der *Gazeta Wyborcza* (Wahl-Zeitung), die von *Solidarnosc* herausgegeben wurde. Im März 1990 kam es schließlich zur Auflösung der Arbeitergenossenschaft RSW, die zu Zeiten der Volksrepublik Polen etwa 70 Prozent der Gesamtauflage von Zeitschriften und 90 Prozent der Tageszeitungen herausgab (vgl. Hadamik 2001: 151). Ende der 1980er Jahre war der RSW die größte Organisation dieser Art in Zentraleuropa.

Zur Auflösung des RSW wurde vom Premier Tadeusz Mazowiecki eine Liquidationskommission berufen, die die meisten Privatisierungen in den frühen Neunziger Jahren vollzog (vgl. Klimkiewicz 2004: 372). Die Bedingung für die Umstrukturierung des Pressemarktes war die Herstellung einer pluralistischen Printmedienlandschaft, die einer zentralen Forderung der *Solidarnosc* bei den Verhandlungen am Runden Tisch folgte. Viele Titel wurden so an Mitarbeitergenossenschaften überlassen sowie an andere Interessenten verkauft. Dennoch, wie Klimkiewicz argumentiert: „A number of the commission's decisions were made on political grounds, which is a process that could hardly be seen as transparent“ (Klimkiewicz 2004: 373).

Das Presserecht von 1984 enthielt keine Regulierungen hinsichtlich der Intervention am Pressemarkt und somit auch keine Beschränkungen im Bezug auf Medienkonzentration. Die Kommission konnte also zwar die erste Runde der Käufe kontrollieren, hatte aber keinen Einfluss mehr auf spätere Fusionen und Übernahmen, weshalb es zu einem Ungleichgewicht zwischen dem heimischen und des ausländischen Kapitals kam, was eine Dominanz von ausländischem Kapital in der polnischen Presse zur Folge hatte (vgl. Klimkiewicz 2004: 373). Bajka argumentiert, dass die Regierung eher über den Rundfunk wachte und es verabsäumt hatte, entsprechende Regulierungen zu etablieren, die der Konzentration des ausländischen Kapitals entgegengewirkt hätten (vgl. Bajka 1998: 21). So hatte die Privatisierung des RSW weit mehr Kritiker als Befürworter. Der RSW wurde zwar zerschlagen, doch das erklärte Ziel, einen Medienpluralismus herzustellen, ist nicht erreicht worden (Klimkiewicz 2004: 373).

Anfang der 1990er Jahre gab es bei den Tageszeitungen relativ wenige Neugründungen, dafür herrschte am Zeitschriftenmarkt eine regelrechte Aufbruchstimmung. Vor allem ausländische Investoren entdeckten in diesem Segment viele Marktlücken, und so entstanden zu jener Zeit zahlreiche neue Titel (Frauen- und Jugendzeitschriften, TV-Magazine sowie bunte Illustrierte), die bei der Leserschaft auf großes Interesse stießen (vgl. Hadamik, S. 153).

### **5.3 Wandel im Rundfunk:**

Die Transformation im Rundfunk setzte etwas später als bei der Presse ein. Zunächst wurde ein Rundfunkkomitee gegründet, das die Aufgabe hatte, eine Rundfunkordnung herzustellen, die auf einem vagen, von *Solidarnosc* vorgestellten Drei-Säulen-Modell basierte. Demnach sollte es neben den öffentlichen Betreibern noch eine dritte Gruppe von nicht kommerziellen, privaten Sendern geben.

Was während jener Phase vor allem kritisiert wurde, war, dass sich die Regierung Mazowieckis sich der Strategie der totalitären Vorgänger bediente: Der neue Chef des Rundfunkkomitees war ein enger Freund des Premiers, der jene Journalisten, die eng mit dem alten System verbunden waren, zwar entließ, dafür aber die Posten mit eigenen Vertrauten besetzte (vgl. Hadamik 2001: 156).

Seit 1989 existierten bereits zahlreiche Rundfunkanstalten, die ohne Lizenz operierten - bis im Dezember 1992 das neue Rundfunkgesetz verabschiedet wurde. Der staatliche Rundfunk wurde in 18 separate Aktiengesellschaften aufgeteilt und es wurde der Nationale Rundfunkrat (Krajowa Rada Radio i Telewizji, kurz: KRRiT) neu ins Leben gerufen. Dessen Kompetenzen sind bis heute die Vergabe von Sendelizenzen, die Verteilung der Rundfunkgebühren sowie die Aufsicht über die öffentlichen und privaten Betreiber. Der KRRiT blieb zu 100 Prozent in staatlicher Hand und wurde durch den Finanzminister vertreten. Eine Reihe von Bestimmungen begrenzte jedoch dessen Einflussname auf die Programminhalte.



## EMPIRISCHER TEIL

### **6. Forschungsfragen und Methode**

Der empirische Teil der vorliegenden Arbeit wird in drei Forschungsgebiete unterteilt, die chronologisch dem Kern, also der Mediensituation unter der PiS-Regierung, näher kommen. Zunächst wird der polnische Medienmarkt unter die Lupe genommen, des Weiteren werden die für die Medien relevanten Gesetze und Institutionen beschrieben und schließlich wird der Umgang der PiS-Regierung mit den Medien untersucht.

Die Forschungsfragen hinsichtlich des polnischen **Medienmarktes** sind:

- FF1: Welche sind die wichtigsten Medien am polnischen Medienmarkt?
- FF2: Wie sind ihre Entstehungsgeschichten, Eigentümerverhältnisse und Marktanteile?
- FF3: Wie steht es um das Vertrauen der Polen in die wichtigsten Medien?

Hinsichtlich der **Medienregulierung** lauten die Forschungsfragen:

- FF4: Welche staatlichen Institutionen kontrollieren die polnischen Medien?
- FF5: Durch welche Gesetzte werden die Medien in Polen reguliert?

Zum **Umgang der PiS-Regierung mit den Medien** wird untersucht:

- FF6: Wie ist die Einstellung der PiS-Regierung zu Medien? Rolle im Staat, Unabhängigkeit, Kontrolle durch die Regierung.
- FF 7: Welche rechtlichen Maßnahmen ergriff die PiS-Regierung, die dazu dienlich sein könnten, die heimischen Medien „besser kontrollieren“ zu können?
- FF8: Gibt es Indizien dafür, dass bestimmte Medien von der PiS-Regierung bevorzugt, andere diskreditiert wurden?
- FF9: Welche Medien gelten tendenziell als „regierungsfreundlich“?

Neben dem Kern des empirischen Teiles, also dem Versuch der Beantwortung

der Forschungsfragen, finden sich hier ebenfalls Kapitel, die das Bild der Medienlandschaft sowie der politischen Landschaft Polens für den Leser vervollständigen und eine Erläuterung darstellen, wie beispielsweise ein kurzes Porträt der polnischen Parteilandschaft.

Die gewählte Methode, die die Beantwortung der Forschungsfragen ermöglichen soll, ist eine umfassende Literaturrecherche aller themenrelevanten Beiträge, die das Bild der Mediensituation unter der PiS-Regierung beleuchten. Aufgrund der unmittelbaren Aktualität des Themas wurden besonders für die Kapitel, die vom Umgang der PiS-Regierung handeln, notwendigerweise aktuelle Quellen herangezogen, also jene Beiträge, die in den Jahren 2005-2008 in Fachzeitschriften, Zeitungen, Magazinen und im Internet erschienen sind.

## **7. Der polnische Medienmarkt**

Die öffentlich-rechtlichen Sender der staatlichen Aktiengesellschaft *Telewizja Polska S.A.* (TVP S.A.) kommen auf einen Marktanteil von weit über von 53 % (vgl. Klimkiewicz 2004: 378). Nach einer Studie von Silvia Huber ist der polnische Staat einer der größten Medienbesitzer im Raum Central Eastern Europe. Mit 49 Medien bzw. Eigentümerunternehmen rangiert er an siebenter Stelle als größter Medienbesitzer. Bei den Untersuchungsergebnissen muss man dennoch bedenken, dass der gesamte Raum CEE, in dem die Studie durchgeführt worden ist, 105 Millionen Einwohner umfasst, von denen die Polen knapp 39 Millionen ausmachen. So liegt der polnische Staat bezüglich Bruttoreichweiten gar an erster Stelle. Huber stellt ebenfalls fest, dass die Struktur der sich im Eigentum des polnischen Staates befindlichen Medien sehr zentralisiert ist: Der Eigentümer, also das polnische Finanzministerium, kann in einem Maximum von lediglich zwei Schritten seine Medien erreichen, was bedeutet, dass zwischen der Spitze und dem Medium selbst nur zwei übergeordnete Firmen existieren. Huber argumentiert, dass je näher ein Eigentümer an seinem Medium ist, desto leichter ist es, darauf Einfluss auszuüben. Durch die Beteiligung diverser Firmen ist der Einfluss nur indirekt, da sie in komplexeren Strukturen operieren (vgl. Huber 2006: 31ff).

Der Printmedienmarkt befindet sich fest in privater Hand, wobei deutsche Verlage den Markt dominieren. So gibt die polnische Tochter des Axel-Springer-Verlages zwei landesweite Tageszeitungen heraus, sowie das auflagenmäßig drittstärkste Nachrichtenmagazin *Newsweek Polska*. Zusammen mit *Gruner+Jahr* und der *Bauer Verlag* hält Axel Springer ungefähr die Hälfte aller Marktanteile an Hochglanzmagazinen (Pieklo 2006: 38).

Allgemein gesehen unterliegt der polnische Medienmarkt seit der Wende 1989 ständigen Veränderungen, das ausländische Kapital dominiert und die letzten zwei Jahrzehnte sind von ständigen Fusionen und Übernahmen gekennzeichnet.

Die folgenden Kapitel sollen Aufschluss über die polnische Medienlandschaft geben, systematisch zunächst nach Arten der Medien und dann nach

Auflagenzahlen bzw. Marktanteilen. Eine umfassende und vollständige Beschreibung des Medienmarktes würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen, weshalb nur die auflagenstärksten bzw. im Falle der elektronischen Medien jene mit den höchsten Marktanteilen berücksichtigt werden.

Der Systematik nicht entsprechend finden sich im Kapitel „Katholische Medien,“ die aufgrund ihrer besonderen Rolle in Polen bzw. während der Regierungszeit der PiS sowie ihren Verflechtungen hinsichtlich der Eigentümer separat behandelt werden.

### **7.1 Tageszeitungen**

Von den 42 Tageszeitungen, die in Polen herausgegeben werden, sind 13 landesweite Titel, den Rest machen regionale Titel aus. Die wichtigsten fünf landesweiten Tageszeitungen mit allgemeinen Informationen sind: *Fakt*, *Gazeta Wyborcza* (Wahl Zeitung), *Super Express*, *Dziennik Polska-Europa-Swiat* (Tageszeitung Polen-Europa-Welt) und *Rzeczpospolita* (Republik), die im Folgenden genauer betrachtet werden.

Erwähnenswert sind ebenfalls die kostenlosen Tageszeitungen *Metro* und *Echo Miasta* (Stadttecho), die in urbanen Räumen der wichtigsten Städte Polens kostenlos verteilt werden oder aufliegen. Sie haben sich sehr erfolgreich am polnischen Tageszeitungsmarkt etabliert und sind an dessen Wachstum maßgeblich beteiligt: Ihre Gesamtauflage stieg vom 1,5 Millionen Exemplaren im Jahr 2000 auf 248 Millionen im Jahr 2006 (vgl. Izba Prasy 2007: 3).

Die kontroverse katholische Tageszeitung *Nasz Dziennik* (Unsere Tageszeitung) wird aus systematischen Gründen im Kapitel „Katholische Medien“ beschrieben. Im Anschluss findet sich, aufgrund der Spezialisierung und/oder der sehr geringen Auflagenzahlen, nur eine kurze Analyse übriger Tageszeitungen.



### 7.1.1 Fakt

Die Boulevardzeitung wurde trotz eines rückläufigen Marktes (vgl. Filas/Planeta 2004: 532) im Oktober 2003 von der polnischen Tochter des Axel-Springer-Verlages (Axel Springer Sp.z.o.o.<sup>1</sup>) gegründet und ist die Tageszeitung mit der größten Auflage von etwa 705 000 Exemplaren (vgl. ZKDP 2007: 1). Sie befindet sich bis heute zu 100 Prozent in den Händen des Axel-Springer-Konzerns und orientiert sich an der deutschen *Bild*-Zeitung.

Auf der Website des Herausgebers präsentiert sich *Fakt* als eine populäre, unabhängige Zeitung, die „auf einfache und einleuchtende Weise soziale Phänomene beschreibt.“ Das Themenspektrum reicht von „Politik über Kultur bis hin zu Sport, wobei die Berichterstattung auf individuellen Ideen basiert.“ (<http://www.axelspringer.pl>).

### 7.1.2 Gazeta Wyborcza

*Gazeta Wyborcza* (Wahlzeitung) entstand infolge der Verhandlungen am so genannten „runden Tisch“ zwischen der Regierung der Volksrepublik Polen und den Vertretern der *Solidarnosc*-Bewegung. Herausgegeben wird die Zeitung von Agora S.A.<sup>2</sup>, die damals als eine GmbH von dem Filmregisseur Andrzej Wajda und den zwei führenden *Solidarnosc*-Aktivisten, Aleksander Paszynski und Zbigniew Bujak im April 1989 gegründet wurde. Das redaktionelle Team, das vom Bürgerkomitee und Lech Walesa einberufen wurde, setzte sich aus den Intellektuellen Helena Luczywo, Ernest Skalski und Adam Michnik zusammen. Letzterer wurde Chefredakteur und blieb bis heute in dieser Position (vgl. Hadamik 2003: 158).

Die erste Ausgabe der *Gazeta Wyborcza* erschien am 8. Mai 1989, noch vor den ersten halbfreien Wahlen. Bis zu den ersten freien Präsidentschaftswahlen 1990 kam sie mit dem Slogan „Es gibt keine Freiheit ohne *Solidarnosc*“<sup>3</sup> heraus, da jedoch die Zeitung mit dem Präsidentschaftskandidaten Tadeusz

---

<sup>1</sup> Sp.z.o.o. dt.: Gesellschaft mit beschränkter Haftung

<sup>2</sup> S.A. dt.: Aktiengesellschaft

<sup>3</sup> Polnisch: „Nie ma wolności bez *Solidarności*“

Mazowiecki sympathisiert hatte, wurde ihr der Buchstabe „S“ für Solidarnosc als Logo aberkannt (vgl. Hadamik 2003: 158).

Seit ihrer Gründung scheint die *Gazeta Wyborcza* in ihrer Aufgabe als meinungsbildendes Medium unschlagbar. Mit einer durchschnittlichen Auflage von 587 000 Exemplaren (vgl. ZKDP 2007: 1) wird sie lediglich von dem Boulevardblatt *Fakt* vom Platz eins der nationalen Tageszeitungen verdrängt. Einer der Gründe für den Erfolg war der Einsatz des Telesatzes, was den Druck in mehreren Regionen Polens gleichzeitig ermöglichte.

Des Weiteren entschied sich die Leitung, die von Anfang an neben den redaktionellen auch wirtschaftliche Ziele verfolgte, sehr früh, zusätzlich zum nationalen Hauptteil auch 20 Lokalausgaben herauszugeben (vgl. Hadamik 2003: 159). Ein weiterer Erfolgsfaktor sind die umfangreichen Beilagen, die sich mit Themenschwerpunkten wie Karriere, Kultur, Frauen, Autos etc. befassen. Nicht zuletzt sorgt, neben dem erfolgreichen Konzept, auch der journalistische Stil für Popularität der Zeitung: „Die Journalisten von *Gazeta* haben in der polnischen Presse einen neuen Stil eingeführt, welcher einer der Faktoren für den Markterfolg dieser Zeitung wurde“ (ebd.).

### 7.1.3 Super Express

*Super Express* war die erste große Boulevardzeitung auf dem polnischen Markt. Der Gründung 1991 ging ein Zusammenschluss der Firma ZPR S.A. und einer Redaktionsgenossenschaft, die das Boulevardblatt *Express* herausgab, voran. Bereits einige Monate später erwarb ZPR S.A. alle Anteile und beschloss mit dem schwedischen Investor *Tidnings AB Marieberg*, die Media-Express GmbH zu gründen, zu der *Super Express*, nach einem Rückzug des schwedischen Investors 2006, gehört (vgl. <http://www.mediaexpress.pl>).

*Super Express* erscheint von Anfang an in einem Tabloid-Format und arbeitet, ähnlich wie *Fakt* mit vielen Bildern, kurzen Texten und einfacher Sprache. Die durchschnittliche Auflage beträgt 323 000 Exemplare (vgl. ZKDP 2007: 2). Der Erfolg von *Super Express* besteht nach Meinungen von Medienexperten in Aktionen, wie CD-Beilagen oder Lotterien, die Anfang der Neunziger Jahre in Polen noch relativ unbekannt waren (vgl. Hadamik 2003: 160).

#### 7.1.4 Dziennik Polska-Europa-Swiat

*Dziennik Polska-Europa-Swiat* (Tageszeitung Polen-Europa-Welt) ist die jüngste Tageszeitung am polnischen Markt. Sie gehört, wie auch Fakt, der polnischen Tochtergesellschaft des deutschen Axel Springer Verlags und wird seit April 2006 herausgegeben. Die Zielgruppe des Qualitätsblattes ist nach eigenen Angaben: „Junge, gebildete, in Großstädten lebende Leser, die sich sowohl für nationale wie auch europäische und internationale Thematik interessieren“ ([www.axelspringer.pl](http://www.axelspringer.pl)).

Mit einer durchschnittlichen Auflage von 401 000 Exemplaren (vgl. ZKDP 2007: 1) gelang es *Dziennik, Rzeczpospolita* zu übertreffen; bei der Entstehung war sie als Konkurrenz zu eben dieser als auch zu *Gazeta Wyborcza* gedacht. *Dziennik* lässt sich mit der deutschen *Welt* und der britischen *The Guardian* vergleichen.

#### 7.1.5 Rzeczpospolita

*Rzeczpospolita* (Republik) wurde 1982 als eine offizielle Regierungszeitung gegründet. 1991 wurde sie im Zuge der Privatisierung in die *Presspublica Sp.z.o.o.* integriert, an der die Regierung 51 Prozent hielt. An den verbliebenen 49 Prozent beteiligte sich die französische Hersant-Gruppe. Das Redaktionsteam nahm sich vor, aus dem nicht mehr staatlichen Titel eine „anspruchsvolle, informative und von jeglicher politischen Ausrichtung unabhängige Tageszeitung“ (Hadamik 2003: 155) zu machen, was auch innerhalb kürzester Zeit gelang.

Die anspruchsvolle Qualitätszeitung hatte neben einem allgemeinen politischen Teil auch einen umfassenden Wirtschaftsteil sowie einen so genannten gesellschaftlich-rechtlichen Teil, in dem unter anderem Gesetze publiziert wurden. Zur Leserschaft gehörten daher oft Politiker, Juristen und Manager (vgl. Hadamik 2003: 155). *Rzeczpospolita* hat eine durchschnittliche Auflage von 235 000 Exemplaren (vgl. ZKDP 2007: 2).

#### 7.1.6 Weitere Tageszeitungen

Neben den oben erwähnten erfolgreichsten gibt es eine Reihe von landesweiten Tageszeitungen, die aufgrund ihrer Spezialisierung und/oder geringer Verkaufszahlen lediglich erwähnt werden: *Przegląd Sportowy* (Sportschau), *Gazeta Prawna* (Rechtszeitung) *Gielda Samochdowa* (Autobörse), *Gazeta Podatkowa* (Steuerzeitung), *Puls Biznesu* (Business-Puls) und *Parkiet Gazeta Gieldy* (Börseparkett).

### **7.2 Nachrichtenmagazine**

#### 7.2.1 Polityka

Das populärste gesellschaftspolitische Nachrichtenmagazin wurde 1957 gegründet und im Zuge der Privatisierung der RSW den Redaktionsmitgliedern überlassen, die eine Journalistengenossenschaft mit dem Namen *Polityka* (Politik) gründeten. Jene Rechtsform blieb bis heute erhalten, was ungewöhnlich am polnischen Pressemarkt ist. Anfang der neunziger Jahre hatte das Magazin große Mühe, sich am Pressemarkt zu behaupten, was einerseits mit dem Einbruch des Marktes allgemein zu tun hatte, andererseits mit der Tatsache, dass die Leser das Medium mit dem System der Volksrepublik assoziierten. Das Redaktionsteam gab jedoch nicht auf und nach einem Relaunch 1995 ging es mit den Auflagen wieder bergauf. Die durchschnittliche Auflage betrug 2006 über 265 000 Exemplare (ZKDP 2007: 5) und macht *Polityka*, vor *Wprost* und *Newsweek* zum auflagenstärksten Wochenmagazin des Landes. Inhaltlich ist *Polityka* ein analytisch-reflektierendes Magazin, dessen Leserschaft vorwiegend junge, gebildete und berufstätige Menschen sind. Die politische Linie liegt der Linken näher (vgl. Hadamik 2003: 173-174).

#### 7.2.2 Wprost

Knapp hinter *Polityka* liegt das Nachrichtenmagazin *Wprost* (Geradeheraus) mit einer durchschnittlichen Auflage von 255 000 (ZKDP 2007: 7) an zweiter Stelle. Das Magazin wurde 1982 gegründet und nach der Auflösung von RSW von Redaktionsmitarbeitern in Form einer Journalistengenossenschaft übernommen. 1991 wurde *Wprost* durch eine neu gegründete GmbH

übernommen, die von dem Chefredakteur Marek Krol und dem Verlagsdirektor Lech Kruszony gegründet worden war. Das Magazin ist für den investigativen Journalismus bekannt und richtet sich, ähnlich wie *Polityka*, an junge, gebildete und berufstätige Leser. Politisch wird es eher der Rechten zugeordnet (vgl. Hadamik 2003: 174).

#### 7.2.3 Newsweek Polska

Das Nachrichtenmagazin wurde 2001 von der polnischen Tochter des Axel Springer Verlags gegründet und bleibt bis heute in deren Besitz. Die durchschnittliche Auflage betrug 2006 fast 241.000 (ZKDP 2007: 5), was *Newsweek* an dritter Stelle der beliebtesten Nachrichtenmagazine hinter *Polityka* und *Wprost* platziert. Im Jahr der Gründung verhalf der internationale Newsweek-Verband dem Magazin zu Vorteilen in der Berichterstattung im Zusammenhang mit den Anschlägen auf das World Trade Center, was die Bekanntheit von *Newsweek Polska* enorm steigerte. Verglichen mit *Polityka* und *Wprost* ist das Magazin weniger politisch und meinungsbildend orientiert (vgl. Hadamik 2003: 174).

#### 7.2.4 Nie

*Nie* (Nein) wurde von dem ehemaligen Sprecher der kommunistischen Partei Jerzy Urban im Jahr 1990 gegründet und präsentiert „eine Mixtur aus einerseits anti-klerikalen, respektlosen, teils geschmacklosen und vulgären Beiträgen über die katholische Kirche und Polens neue Polit-Elite und andererseits investigativem politischen Journalismus“ (Hadamik 2003: 175). Das Blatt erscheint anders als die Nachrichtenmagazine *Polityka*, *Wprost* und *Newsweek* im Zeitungsformat und hatte 2006 eine Auflage von 210 000 (vgl. ZKDP 2007: 5).

### **7.3 TV-Sender**

Wie in den meisten europäischen Ländern stellt das Fernsehen, neben dem Radio, auch in Polen die wichtigste Informationsquelle für die Bevölkerung dar. Bezeichnend für den Markt ist die Tatsache, dass Polen bezüglich des Fernsehkonsums mit durchschnittlichen 255 Minuten pro Tag an vierter Stelle im europäischen Spitzenfeld liegt (vgl. IP 2006: 35) und dass in keinem

europäischen Markt die öffentlich-rechtlichen Sender auf einen so hohen Marktanteil kommen.

Allgemein ist der Markt, vor allem seit dem EU-Beitritt Polens im Jahre 2004, von Medienkonzentrationen geprägt in deren Folge kapitalstarke Medienunternehmen entstehen (vgl. Maliszewski 2006: 273). Die wichtigsten Player am polnischen TV-Markt ist das öffentlich-rechtliche *Telewizja Polska S.A.* und die privaten Unternehmen *Telewizja Polsat S.A.* und die *ITI-Holding*, die nachfolgend skizziert werden.

Die folgende Tabelle gibt zunächst Aufschluss über die größten und populärsten Fernsehsender des Landes, samt deren Marktanteilen und Eigentümern:

TV-Sender	Marktanteil	Eigentümer
TVP1	25,4 %	Telewizja Polska S.A.
TVP2	20,8 %	Telewizja Polska S.A.
POLSAT	15,9 %	Telewizja Polsat S.A.
TVN	15,1 %	ITI-Holding
TVP3 Regionalna	5,17 %	Telewizja Polska S.A.
TV4	2,1 %	Telewizja Polsat S.A.
TVN24	1,7 %	ITI-Holding
TVN Siedem	1,1%	ITI-Holding

Tabelle 6: Die Marktanteile und Eigentümer der wichtigsten Fernsehsender, Jänner-März 2006. Quelle: KRRiT 2006: 6.

#### 7.3.1 TVP1, TVP2, TVP3 Regionalna (Telewizja Polska S.A)

Das staatliche Medienunternehmen *Telewizja Polska S.A.* existiert seit 1956, in seiner heutigen Form als Aktiengesellschaft seit 1994. Das Unternehmen gehört dem polnischen Staat und untersteht dem Finanzministerium.

TVP betreibt zwei landesweite Vollprogramme *TVP1* und *TVP2* sowie 16 regionale Sendeanstalten (*TVP3 Regionalna*). Während *TVP1* über ein allgemeines Senderformat verfügt, profiliert sich *TVP2* als Unterhaltungssender. Weiters betreibt *TVP S.A.* den Auslandssender *TV*

*Polonia*, den Sportsender *TVP Sport*, den Kultursender *TVP Kultura*, den Geschichtssender *TVP Historia* und den Nachrichtensender *TVP Info*.

2001 kamen all diese Sender auf einen Marktanteil von 53% (vgl. Klimkiewicz 2004: 378), was im Europavergleich eine beachtliche Leistung einer öffentlich-rechtlichen Sendeanstalt darstellt.

Für den Erfolg von TVP S.A. identifiziert Klimkiewicz zwei Gründe; einerseits hatte der Sender aufgrund der Monopolstellung 40 Jahre, um sich die Loyalität der Zuschauer erfolgreich zu sichern und zweitens gibt es, ungleich dem Pressemarkt, im Bereich des Rundfunks zahlreiche Limitierungen und Kontrollen: Bis Mai 2004 konnten sich ausländische Investoren nur als Minderheitsaktionäre an Rundfunkanstalten beteiligen.

Des Weiteren liegt der Erfolg der Sender der TVP S.A. in deren Finanzierung: zu 58 % fließen die Einnahmen aus Werbung, zu 29 % aus Rundfunkgebühren und zu 3 % aus Sponsoring (vgl. Klimkiewicz, 2004: 378).

#### 7.3.2 Polsat, TV4 (Telewizja Polsat S.A.)

*Polsat* ist der dritt meistgesehene Sender und der erste private mit nationaler Reichweite. Noch vor dem Inkrafttreten des Rundfunkgesetzes, das unter anderem Lizenzvergaben regelt, ging er 1992 von Niederlanden aus auf Sendung. Seit dem Sendestart ist der Hauptteilinhaber des Senders sein Gründer Zygmunt Solorz-Zak. Jahrelang bekundete das deutsche Medienhaus Axel Springer Interesse an Polsat S.A., doch aufgrund von Kartellproblemen kam eine Minderheitsbeteiligung doch nicht zustande.

Polsat S.A trifft mit seinem Hauptsender Polsat den Massengeschmack und bietet vorwiegend Unterhaltungssendungen, während sich der Satellitensender *Polsat2*, ähnlich wie *TVP Polonia*, an Auslandspolen richtet. Darüber hinaus betreibt das Medienunternehmen zwei Sportsender: *Polsat Sport* und *Polsat Sport Extra*.

Auch der sechst meistgesehene Sender *TV4*, welcher im Jahr 2000 auf Sendung ging, befindet sich im Eigentum der Polsat-Gruppe. *TV4* verfügt über ein Universalprogramm und richtet sich an die Zielgruppe der 20-40-Jährigen.

### 7.3.3 TVN, TVN24, TVN Siedem (ITI-Holding)

TVN existiert seit 1997, kommt am polnischen TV-Markt auf ca. 15% Marktanteil (KRRiT 2006: 6) und befindet sich im Eigentum der *ITI-Holding*. Der Sender setzt auf Unterhaltung und bedient sich gerne erprobter, ausländischer Formate wie *Wer wird Millionär* oder *Dancing Stars*.

Darüber hinaus betreibt die ITI-Holding den Informationssender TVN24, welcher über einen Marktanteil von knapp 2 % verfügt, sowie TVN Siedem, welcher vorwiegend Unterhaltung und Filme bietet und auf etwa 1 % Marktanteil kommt (vgl. KRRiT 2006: 6).

Des Weiteren befinden sich im Eigentum der ITI-Holding einige Special-Interest-Sender wie etwa TVN Meteo (Wetter), TVN Turbo (Auto-Motor), ITVN (gerichtet an Auslandspolen) und TVN Style (Frauensender) sowie einige Satellitenprogramme.

## **7.4 Radiosender**

Das Radio erfreut sich in Polen einer sehr großen Popularität. Im Jahr 2002 gaben 99 Prozent der Polen in einer Umfrage an, Radio zu hören, 69 Prozent tun dies täglich (vgl. Maliszewski 2006: 275).

Die nachfolgende Tabelle gibt Aufschluss über die wichtigsten Radiosender des Landes:

<b>Radiosender</b>	<b>Marktanteil</b>	<b>Eigentümer</b>
RMF FM	21,4 %	Broker FM S.A.
Radio ZET	18,8 %	Eurozet Sp. z o.o.
PR 1	14,9 %	Polskie Radio S.A.
PR 3	6,1 %	Polskie Radio S.A.
Radio Maryja	2,5 %	Congregatio Sanctissimi Redemptoris
Bis	0,7 %	Polskie Radio S.A.
PR 2	0,7 %	Polskie Radio S.A.

Tabelle 7: Die Marktanteile und Eigentümer der marktführenden Radiosender, Jänner-März 2006. Quelle: KRRiT 2006: 6.



#### 7.4.1 RMF FM (Broker FM S.A.)

*RMF FM*, das erste Privatrado Polens, ging 1990 auf Sendung, die Konzession für ein landesweites Programm bekam der Sender im Jahr 1994. *RMF FM* ist mit über 20 % Marktanteil das populärste Radioprogramm am polnischen Markt. Es gehört zur Medienholding Broker FM, die sich seit 2006 zu 100 % im Eigentum der Bauer Media Invest GmbH befindet. Das Programm von *RMF FM* ist ein Universalprogramm, das vorwiegend auf Unterhaltung und Informationen setzt. Zur Broker FM gehören auch die Sender *RMF Classic* und *RMF MAXX*.

#### 7.4.2 Radio ZET (Eurozet Sp.z.o.o)

Der zweitstärkste Sender, *Radio ZET*, gehört der internationalen Holding Eurozet. Als erster Privatsender Warschaus ging er 1990 auf Sendung und bekam die Konzession für ein landesweites Programm im Jahr 1994.

Seit 1999 arbeitet Radio ZET mit *CNN* zusammen, und hat das Recht, als einziger polnischer Sender, dessen Material zu verwenden.

Zur Eurozet Holding gehört ebenfalls der überregionale Sender *Radiostacja*, der in größeren polnischen Städten empfangbar ist und sich an ein junges Publikum richtet.

#### 7.4.3 PR1, PR2, PR3, Bis (Polskie Radio S.A.)

Anders als das öffentlich-rechtliche Fernsehen ist das öffentlich-rechtliche Radio dezentralisierter. Von Warschau aus sendet Polskie Radio S.A. vier landesweite Programme und betreibt 17 separate, regionale Rundfunkanstalten, allesamt in Form von Aktiengesellschaften. Polskie Radio S.A. gehört, wie auch TVP S.A., dem polnischen Staat und untersteht dem Finanzministerium.

Der dritt-meistgehörte Sender in Polen, das erste Programm des Polskie Radio S.A. *PR1*, bietet ein allgemeines Programm mit starkem Informationsschwerpunkt und ist besonders bei älteren Hörern beliebt. Das zweite Programm *PR2*, richtet sich an ein anspruchsvolles, kulturinteressiertes Publikum. Die Schwerpunkte sind klassische Musik, Jazz, Hörspiele sowie

literarische und publizistische Sendungen. Das dritte Programm, *PR3*, ist bekannt für niveauvolle Musik sowie Reportagen. *Radio Bis* ist ein Jugendsender, das auf populärwissenschaftliches Programm setzt.

Neben den genannten Sendern betreibt Polskie Radio S.A. ebenfalls das *Radio Parlament*, das Sitzungen aus Sejm und Senat überträgt sowie das an Auslandspolen gerichtete *Radio Polonia*.

## **7.5 Katholische Medien**

Die drei wichtigsten katholischen Medien in Polen – der Radiosender *Radio Maryja*, der TV-Sender *TV Trwam* und die Tageszeitung *Nasz Dziennik* – spielten unter der Regierungszeit der PiS eine besondere Rolle, weshalb sie separat in diesem Kapitel beschrieben werden. Neben dem Versuch der Beantwortung von Forschungsfragen nach Entstehung, Eigentümerverhältnissen und Marktanteilen bzw. Auflagen werden auch inhaltliche Aspekte sowie Aspekte hinsichtlich der Zielgruppe berücksichtigt. Der Grund dafür ist, dass diese drei katholischen Medien in Europa einzigartig sind und eine genauere Betrachtung verdienen.

Vorangestellt sei, dass der Radiosender, der Fernsehsender und die Tageszeitung dieses Medienimperiums des aus Torun stammenden Redemptoristenpaters Tadeusz Rydzyk gehören, der mit der PiS (und der LPR) sympathisierte und deren Wahlkampf in seinen Medien unterstützte. Da die polnische Medienlandschaft durch die „Linke“ dominiert wird, ist der Wahlsieg der PiS maßgeblich auf die Hilfe von Pater Rydzyks Medien zurückzuführen (vgl. Branowski 2006: 11). Dies sollte sich auch nach der Regierungsbildung nicht ändern. Führende Politiker der beiden Parteien traten regelmäßig in den drei Medien auf oder nahmen an – von Rydzyks Kreisen organisierten – religiösen Veranstaltungen wie Wallfahrten oder Messen teil (vgl. Mecke 2007: 2).

Die Eigentümerverhältnisse von *Radio Maryja*, *TV Trwam* und *Nasz Dziennik* lassen sich nur schwer identifizieren. Mecke spricht von einem

„undurchsichtigen System“ (Mecke 2007:3) von rechtlich unabhängigen Organisationen und Stiftungen (zu denen neben den drei Medien auch eine Journalistenakademie gehört), die jedoch personelle Verflechtungen aufweisen. Auch im Bericht des KRRiT werden neben jenen personellen Verflechtungen auch inhaltliche Verbindungen erwähnt. Hier im Zusammenhang mit Teletext: „Seine Teletextdienste hatte 2004 der Fernsehsender TV Trwam eingeführt, der auf jenen Seiten über die Tätigkeiten von Radio Maryja informiert und aus den Ressourcen von Nasz Dziennik schöpft“ (KRRiT 2006: 83).

#### 7.5.1 Radio Maryja

Gegründet wurde Radio Maryja vom Redemptoristenpater Tadeusz Rydzyk und bekam zeitgleich mit den zwei populärsten Sendern Polens *RMF FM* und *Radio ZET* 1994 eine landesweite Sendelizenz. Der größte Teil der Zuhörerschaft sind vorwiegend über 60-Jährige, worunter die Mehrheit Frauen darstellen. Die Besonderheit jener Zielgruppe wird von Mecke folgendermaßen erfasst:

„kann man davon ausgehen, dass sich die Hörerschaft tendenziell aus Personen mit einem relativ niedrigen Bildungsniveau aus strukturschwachen ländlichen oder industriellen Problemregionen zusammensetzt – einer Klientel der ‚Modernisierungsverlierer‘, die in Ost- und Mitteleuropa als besonders empfänglich für populistische Parolen gelten“ (Mecke 2007: 3).

Die Sendelizenz für Radio Maryja gehört der Ordensgemeinschaft der *Kongregation des Heiligen Erlösers* (Congregatio Sanctissimi Redemptoris), mit Sitz in Warschau, dessen Direktor Tadeusz Rydzyk ist.

Auch im Bericht des Nationalen Rundfunkrates von 2006, in dem Eigentümerverhältnisse von Radiosendern beschrieben werden, ist zu Radio Maryja folgendes zu lesen:

„Der landesweite Gesellschaftssender – Radio Maryja – sendet ein gesellschaftlich-religiöses Programm, das Aspekte des christlichen Glaubens sowie die sozialen Lehren der Katholischen Kirche präsentiert. Radio Maryja hat personelle Verflechtungen mit dem TV-Sender Trwam [dt. Ich harre aus]“ (KRRiT 2006: 7) [Übers. Verf.].

Die Finanzierung von Radio Maryja ist nicht klar. In der Entstehungszeit des Senders flossen beachtliche Summen von der Marianischen Bewegung Medjugorje an das Spendenkonto von Tadeusz Rydzyk, derzeit sieht Mecke den in Uruguay lebenden Millionär Jan Kobylanski, den einstigen Vertrauten des 1989 gestürzten paraguayischen Diktators Alfredo Stroessner, als einen wichtigen Sponsor (vgl. Mecke 2007: 4).

Die Inhalte von Radio Maryja wurden vielfach national wie auch international angeprangert, da das Programm immer wieder von Verschwörungstheorien, Antisemitismus und Nationalismus durchzogen ist.

#### 7.5.2 TV Trwam

Der katholische Fernsehsender *TV Trwam* sendet seit Juni 2003, die Sendelizenz hält die Stiftung *Lux Veritatis*, deren Präsident ebenfalls Tadeusz Rydzyk ist (vgl. Mecke 2007: 4).

Der Sender wird vom KRRiT, dem Nationalen Rundfunkrat, als „edukativ-religiös mit Ratgeber-Charakter“ [Übers. Verf.] eingestuft. Das Programm setzte sich 2005 zu 30 % aus religiösen und edukativen Sendungen, zu 18 % aus Dokumentationen mit religiöser Thematik, zu 12 % aus publizistischen Sendungen, zu 13 % aus Musik, zu 11 % aus Informationssendungen und zu 4 % aus Film und Sport zusammen (vgl. KRRiT 2007: 69-70).

Das Format des Senders wird im Jahresbericht des KRRiT genauer beschrieben:

„Der Spezialcharakter des Senders wird realisiert durch: das Senden von Gebeten, Übertragungen der heiligen Messe und religiösen Veranstaltungen, religiöse Konzerte, Übertragungen von Wallfahrten, Informationen aus dem kirchlichen Leben in Polen, Überlegungen zur Spiritualität, Spiel- und Animationsfilme mit religiöser Thematik, das Zeigen der Missionstätigkeiten von Organisationen rund um die Welt, das Zeigen der christlichen Werte und Rollenbilder für Kinder- und Jugendlernerziehung und das Aufbringen von gesellschaftsökonomischen-, gesellschaftspolitischen- und Bürgerthemen, sowie Rat und Reportagen, die soziologische Themen aufgreifen, und die Lebensumstände des Menschen von heute zeigen“ (KRRiT 2007: 69) [Übers. Verf.].

### 7.5.3 Nasz Dziennik

Die im Januar 1998 gegründete Tageszeitung *Nasz Dziennik* wird von der Warschauer GmbH *Spes* herausgegeben. Ewa Solowa, eine enge Vertraute Rydzyks, ist alleinige Gesellschafterin und Chefredakteurin. Der Orden der Redemptoristen in Warschau wiederum hält die Sendelizenz für *Radio Maryja*, dessen Direktor Tadeusz Rydzyk ist. Die Auflage von *Nasz Dziennik* ist nicht bekannt, da das Blatt im ZKDP, der nationalen Auflagenkontrolle, nicht berücksichtigt wird.

Die Linie des Blattes wird auf der Website folgendermaßen definiert:

„Wir übermitteln Informationen, über die andere Medien schweigen. Wir erklären Mechanismen, die andere verstecken“ (<http://www.naszdziennik.pl>) [Übers. Verf.].

und:

„Nasz Dziennik liefert Informationen, Kommentare, Feuilletons:

- über Polen und die Polen
- über die Heimat und die Welt
- über die Familie und das Vaterland
- über die Religion und die Kirche
- über den Patriotismus und die Politik
- über die Wirtschaft und Ökonomie
- über die Probleme am Land und in im Agrarsektor
- über die Schule und die Erziehung
- über die Kultur und die Kunst
- über die Medien und die Manipulation“ (ebd.).



## **8. Vertrauen der polnischen Bevölkerung in die Medien**

In einer Umfrage des polnischen Meinungsforschungsinstitutes CBOS (vgl. CBOS 2006/I) wurde die Einstellung der polnischen Bevölkerung zu Journalisten untersucht.<sup>4</sup> Bei der Befragung wurde nicht zwischen Medien oder Medientypen (TV-Journalisten, Zeitungsredakteure etc.) unterschieden, es ging viel mehr um die subjektive Beurteilung der Arbeit einer ganzen Berufsgruppe. Bei der Frage, wer sich mehr um soziale Interessen kümmert, war die vorherrschende Meinung (40%), dass Journalisten dieser Aufgabe eher als Politiker nachgehen. Lediglich jeder Zwanzigste (5%) sprach der Politik ein stärkeres Engagement in sozialen Fragen zu. Etwa jeder Siebente Befragte (15%) sieht beide Berufsgruppen gleichermaßen engagiert, jeder Vierte jedoch wirft sowohl Journalisten als auch Politikern eine mangelnde Beachtung der sozialen Fragen vor.

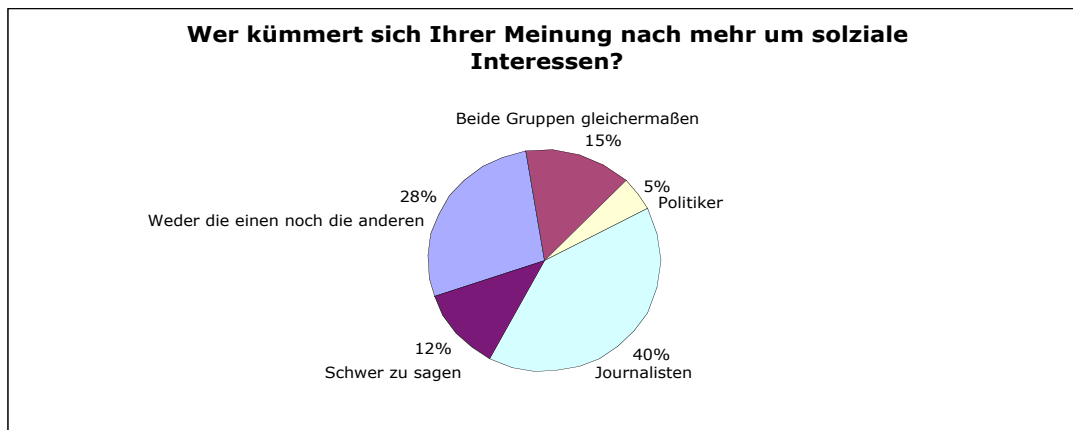


Abbildung 1: Engagement für Sozialfragen von Politikern und Journalisten in der Meinung der polnischen Bevölkerung 2006. Quelle: CBOS 2006/I: 1

Im Rahmen der oben erwähnten Umfrage wurde ebenfalls die Redlichkeit der Journalisten untersucht. Hierbei stellte sich heraus, dass mehr als die Hälfte der Befragten, nämlich 57%, diese Berufsgruppe als aufrecht und integer beurteilten. Ein Fünftel (20%) war der Meinung, dass ungefähr die Hälfte der Journalisten Redlichkeit zugesprochen werden kann, während 15% der Befragten die Arbeit der Journalisten mit Misstrauen gegenüberstand: 15% waren der Meinung, dass nur die wenigsten Journalisten als redlich eingestuft werden können. Der Vergleich zu einer Umfrage, in der 2003 die gleichen

<sup>4</sup> Die Untersuchung wurde im November 2006 an einer repräsentativen Stichprobe von 979 Personen durchgeführt.

Einstellungen untersucht wurden, zeigt deutlich, dass die Arbeit der Journalisten 2006 um elf Prozentpunkte positiver beurteilt wurde. Die Zahl jener, die meinten, nur die wenigsten Journalisten seien redlich, sank dementsprechend von 21% auf 15%.

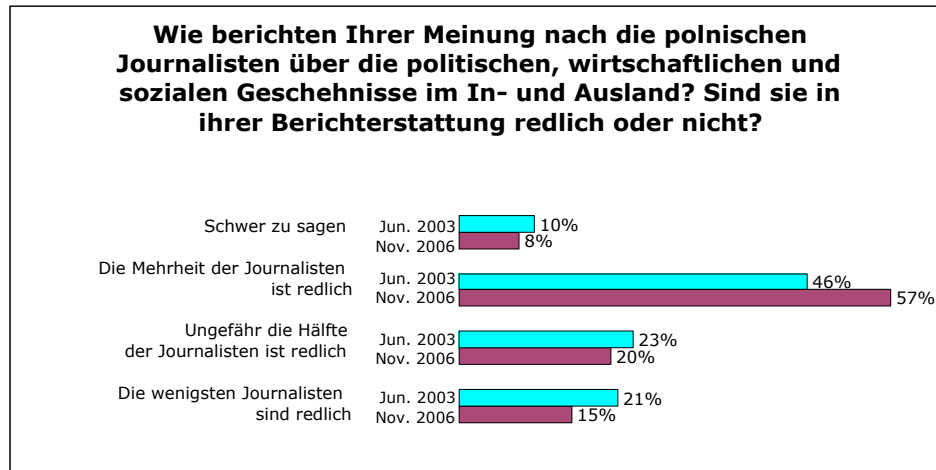


Abbildung 2: Die Redlichkeit der Journalisten in der Meinung der polnischen Bevölkerung 2006 im Vergleich zu 2003. Quelle: CBOS 2006/1: 2

Ähnlich wie bei der Frage nach der Redlichkeit, setzte 2006 die Mehrheit der Polen (57%), allgemein gesehen, Vertrauen in die Berufsgruppe der Journalisten, während 22% die Frage mit „nein“ beantwortet hatten. Der Prozentsatz jener, die sowohl den Journalisten vertrauen als auch misstrauen, belief sich auf 22%.

Auch bei dieser Frage lässt sich gegenüber 2003 ein positiveres Bild der Journalisten feststellen: Das Vertrauen stieg um sieben Prozent und der Prozentsatz der Respondenten, die den Journalisten misstrauten, sank um sechs Prozente.



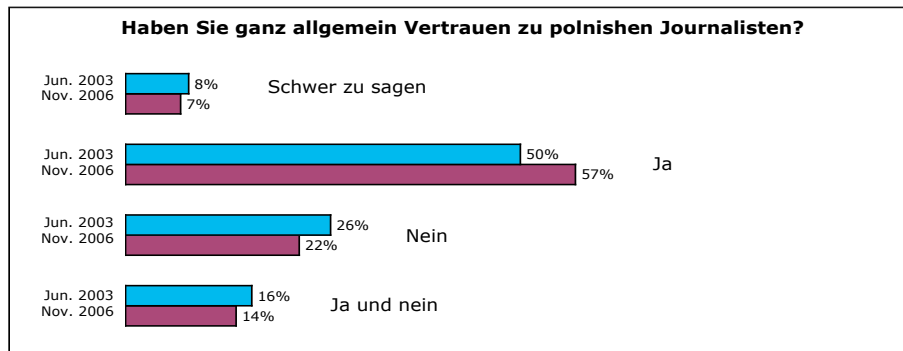


Abbildung 3: Allgemeines Vertrauen der polnischen Bevölkerung in die Berufsgruppe der Journalisten 2006 im Vergleich zu 2003. Quelle: CBOS 2006/I: 3

Die Umfragewerte deuten darauf hin, dass die Journalisten im Jahr 2006 stärker als 2003 Vertrauen der polnischen Bevölkerung genossen. Auch die Einstufung der Redlichkeit verbesserte sich 2006 um einige Prozente. Die auffälligsten Werte resultieren jedoch aus der ersten hier vorgestellten Frage nach Berufsgruppen, die sich für soziale Belange stärker einsetzt. Eine so große Diskrepanz (40% meinten, Journalisten kümmern sich stärker um soziale Fragen, nur 5% meinen, Politiker würden die Aufgabe stärker wahrnehmen) zeugt von einem extremen Misstrauen der Politik gegenüber und gleichzeitig dem Vertrauen in die Rolle des Journalisten als Anwalt. Indem sich die Medien viel stärker als Politiker für soziale Frage einsetzen, kann man feststellen, dass die Medien ihre Aufgabe als die Vierte Macht in den Augen der Bevölkerung wahrnehmen.

Anhand einer anderen Untersuchung des gleichen Meinungsforschungsinstitutes (vgl. CBOS 2006/2) lässt sich das Vertrauen der polnischen Bevölkerung in die drei wichtigsten Fernsehsendern TVP, TVN und Polsat analysieren.

Die Respondenten beurteilten die Sender unter den Aspekten der Objektivität und der Glaubwürdigkeit. Geht es um das erstere Kriterium, so ist deutlich zu erkennen, dass TVN und Polsat objektiver als der öffentlich-rechtliche TVP eingestuft werden kann, TVP liegt mit 58% an erster Stelle, gefolgt von Polsat mit 56%. 46% der Bevölkerung glaubt, dass TVP in ihrer Berichterstattung objektiv ist, etwa ein Drittel der Befragten (35%) ist gegenteiliger Meinung.

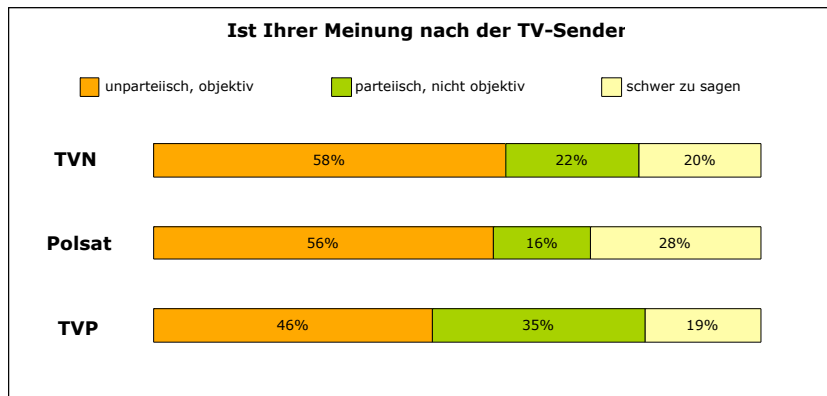


Abbildung 4: Die Einschätzung der Objektivität von *TVP*, *TVN* und *Polsat* in den Meinungen der polnischen Bevölkerung im November 2006. Quelle: CBOS 2006/2: 2

Auf die Frage nach der Glaubwürdigkeit der drei Sender, steht TVN mit 67 % an erster Stelle, gefolgt von Polsat mit 62%. TVP stellt auch hier mit 53 % das Schlusslicht dar. Etwa ein Viertel (26%) der Befragten gaben an, dass TVP unglaubwürdig ist, während bei TVN und Polsat nur 13 bzw. 11% jener Meinung sind.

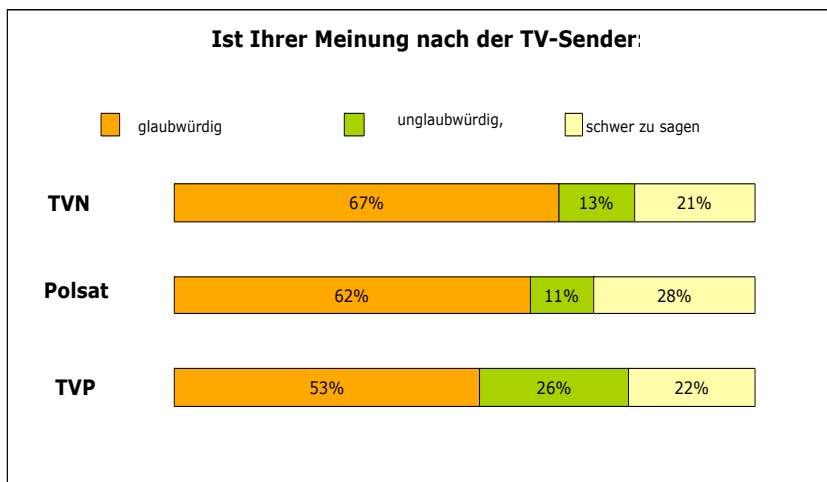


Abbildung 5: Die Einschätzung der Glaubwürdigkeit von *TVP*, *TVN* und *Polsat* in den Meinungen der polnischen Bevölkerung im November 2006. Quelle: CBOS 2006/2: 2

Da bei dieser Umfrage keine Vergleichswerte zu einem früheren Zeitpunkt existieren, kann nur schwer beurteilt werden, ob die Glaubwürdigkeit und die Unparteilichkeit von TVP aufgrund von aktuellen, medienpolitischen Gegebenheiten schlechter als die der beiden Privatsender beurteilt wurden. Ganz allgemein erkennt man jedoch, dass die privaten Sender als glaubwürdiger und objektiver als die staatlichen Sender der TVP S.A. wahrgenommen werden.

## **9. Medienregulierung**

Die Medien in Polen werden durch das Pressegesetz (*Prawo Prasowe*) von 1984 und das Rundfunkgesetz (*Ustawa o Radiofonii i Telewizji*) von 1992 geregelt, doch allen voran setzt sich die Verfassung der Republik Polen von 1997 mit der Rolle der Medien sowie der Medienfreiheit auseinander.

Das folgende Kapitel beschreibt ausgewählte Aspekte des polnischen Medienrechts aus den drei oben erwähnten Dokumenten. Besonderes Augenmerk gilt hier der Presse- und Meinungsäußerungsfreiheit, der Rolle der Medien im Staat, der Kritik- und Kontrollfunktion, der Unabhängigkeit sowie der Regulierungsbehörde für elektronische Medien, dem Nationalen Rundfunkrat (KRRiT).

### **9.1 Die polnische Verfassung**

Die polnische Verfassung, die im April 1997 verabschiedet wurde, ist die Grundlage der Republik und stellt hinsichtlich der Medienregulierung gleich im ersten Kapitel „Die Republik“ im Art. 14 die Medienfreiheit im Land sicher: „Die Republik Polen gewährleistet die Freiheit der Presse und anderer Mittel der gesellschaftlichen Kommunikation“<sup>5</sup> Wie alle anderen Artikel im Kapitel „Die Republik,“ in dem die Grundordnung zum Ausdruck kommt, ist auch Art. 14 sehr allgemein gefasst – seine Vertiefung findet sich allerdings im Kapitel „Persönliche Freiheiten und Rechte“ im Art. 54 Abs. 1. wieder, in dem drei verschiedene Freiheiten zum Ausdruck kommen, die miteinander verbunden sind: „Die Freiheit, die Anschauungen zu äußern sowie Informationen zu beschaffen oder zu verbreiten, wird jedermann gewährleistet.“ Abs. 1 bezieht sich nicht eindeutig auf Journalisten, sondern auf jeden polnischen Staatsbürger. Der Wortlaut „Anschauungen“ ist sehr breit gefasst; er umfasst z. B. auch Äußerungsformen wie das Tragen eines Abzeichens. Die Freiheit zur Informationsbeschaffung kann sowohl das öffentliche wie das private Leben Dritter betreffen (vgl. Wojtas 2007: 183-184).

---

<sup>5</sup> Die Übersetzung der Verfassung der Republik Polen findet sich in deutscher Fassung unter <http://www.sejm.gov.pl/prawo/konst/niemecki/kon1.htm>

Des Weiteren wird im Art. 54, Abs. 2. auf das Verbot der präventiven Zensur eingegangen: „Vorbeugende Zensur der Medien gesellschaftlicher Kommunikation ist verboten. Die Presse ist nicht erlaubnispflichtig. Durch das Gesetz kann das Betreiben einer Radio- oder Fernsehanstalt von der vorherigen Erlangung einer Erlaubnis abhängig gemacht werden.“<sup>6</sup>

## **9.2 Das Presserecht**

Das polnische Presserecht wurde am 26. Januar 1984 verabschiedet und im Laufe der Jahre an die demokratischen Verhältnisse und an die Verfassung von 1997 angepasst. Das Presserecht enthält folgende acht Kapitel:

1. Allgemeine Vorschriften
2. Rechte und Pflichten von Journalisten
3. Presserat
4. Organisationen der Pressetätigkeit
5. Richtigstellungen und Gegendarstellungen
6. Mitteilungen und Bekanntmachungen
7. Rechtliche Zuständigkeit der Gerichte
8. Verfahrensablauf in Presseangelegenheiten

Die ersten beiden Absätze des Kapitel 1 des Presserechts „Allgemeine Vorschriften“ beziehen sich auf die in der Verfassung verankerte Pressefreiheit sowie auf die demokratischen Funktionen der Presse, wie auch die Rolle des Staates, der die Aufgabe hat, die Presse in seinen Aufgaben zu unterstützen:

Art. 1: „Die Presse, im Einklang mit der Verfassung der Republik Polen, macht Gebrauch von der Meinungsäußerungsfreiheit und implementiert das Recht der Bürger zur gewissenhaften Informationspflicht, der Transparenz des öffentlichen Lebens und der Kontrolle sowie der Kritik der Gesellschaft.“

Art. 2: „Die Staatsorgane, im Einklang mit der Verfassung der Republik Polen, schaffen die zur Ausübung der Funktionen und Aufgaben der Presse nötigen Verhältnisse, unter anderem ermöglichen sie die Tätigkeiten der Redaktionen,

---

<sup>6</sup> ebd.

die unter dem Aspekt des Themenspektrums und der präsentierten Meinungen diversifiziert sind" [Übers. Verf.].

Eine besondere Rolle im Kapitel 1 kommt ebenfalls den Beschlüssen hinsichtlich der Informationspflicht und -verweigerung zu. Art. 11 garantiert Journalisten das Informationsrecht von folgenden Institutionen, die im Art. 4 aufgelistet sind: staatliche Organe, staatliche Unternehmen sowie Privatunternehmen. Letztere sind informationspflichtig hinsichtlich ihrer wirtschaftlichen Tätigkeit.

Der Kritikfunktion der Presse wird ebenfalls eine entscheidende Rolle eingeräumt. Sie wird als wünschenswert angesehen, was im Art. 44 zum Ausdruck kommt:

„1. Die Erschwerung oder die Unterdrückung der Pressekritik unterliegt einer Freiheits- oder Geldstrafe. 2. Den gleichen Strafen unterliegen jene, die durch den Missbrauch ihrer Position oder Funktion einer Person wegen der Pressekritik, die im Sinne eines berechtigten sozialen Interesses publiziert wurde, schaden" [Übers. Verf.].

Im Zusammenhang mit der Pressekritik ist auch Art. 41 erwähnenswert, in dem auch Karikatur und Satire gesetzlich geschützt sind.

Was die Regelungen hinsichtlich des Ausübens des Journalistenberufes angeht, so heißt es im Art. 10, dass der Journalist der Gesellschaft und dem Staat diene, sowie, dass ein Journalist im Rahmen eines Arbeitsverhältnisses die Linie des Blattes zu vertreten habe. Die Unabhängigkeit vom Eigentümer, vom Herausgeber oder vom Chefredakteur wird also nicht gewährleistet. Diese Unabhängigkeit ist, wie schon erwähnt, lediglich im Rahmen der allgemeinen Bestimmung zur Meinungsäußerungsfreiheit in der Verfassung von 1997 festgeschrieben (vgl. Klimkiewicz 2004: 371).

Das Presserecht enthält keine Regelungen hinsichtlich der präventiven Zensur, das Verbot ist jedoch im Art. 54 der polnischen Verfassung festgehalten. Im Kapitel 6 des Pressegesetzes gibt es jedoch Bestimmungen, die die Veröffentlichung von bestimmten Informationen wie amtliche Mitteilungen oder Gegendarstellungen bzw. Richtigstellungen vorschreiben.

### **9.3 Das Rundfunkgesetz**

Die Tätigkeiten der elektronischen Medien in Polen werden durch das am 29. Dezember 1992 verabschiedete Rundfunkgesetz geregelt. Das Rundfunkgesetz besteht aus folgenden acht Kapiteln:

1. Allgemeine Vorschriften
2. Nationaler Rundfunkrat
3. Radio- und Fernsehsender
4. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk
5. Konzessionen
6. Rundfunkgebühren
7. Rechtliche Zuständigkeit der Gerichte
8. Übergangsvorschriften und Gesetzesänderungen

Im Kapitel 1 „Allgemeine Vorschriften“ Art. 1 werden folgende Funktionen der elektronischen Medien beschrieben: Informationen zu vermitteln, kulturelle und künstlerische Leistungen dem Publikum zugänglich zu machen, die Nutzung von Bildungsangeboten zu erleichtern, die Bildung der Bürger zu unterstützen, Unterhaltung zu bieten und die nationalen audiovisuellen Leistungen zu fördern. Vergleicht man das Rundfunkgesetz mit dem Pressegesetz, so fällt auf, dass die Funktionen der elektronischen Medien sehr genau beschrieben werden, während jene der Presse sehr allgemein im Art. 2. des Pressegesetzes zusammengefasst sind.

Im Kapitel 3 werden die für sowohl öffentlich-rechtliche als auch für private Betreiber verbindliche Bedingungen der Programmgestaltung beschreiben. Erwähnenswert ist hier Art. 18, Absatz 2, der vorschreibt, das religiöse Empfinden der Rezipienten zu achten und das christliche Wertesystem zu respektieren.

Ein Bezug auf die Religion findet sich ebenfalls im Kapitel 4 des Rundfunkgesetzes „Öffentlich-rechtlicher Rundfunk“: Art. 21, Absatz 2, umfasst einen Katalog von Pflichten für die inhaltliche Gestaltung der öffentlich-rechtlichen Programme des Hörfunks und Fernsehens, u. a. heißt es

darin, dass die Programme das christliche Wertesystem zu respektieren und universelle ethische Grundsätze zu befolgen haben.

Ebenfalls im Art. 21, Abs. 2, wird eine ausgewogene Darstellung von verschiedenen politischen Meinungen sowie die Kritikfunktion vorgeschrieben: Die Programme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sollen „den Bürgern eine Beteiligung am öffentlich-rechtlichen Leben durch die Präsentation verschiedener Meinungen und Standpunkte sowie durch die Wahrnehmung des Rechts zur Kontrolle und gesellschaftlicher Kritik ermöglichen“ [Übers. Verf.].

#### **9.4 KRRiT – Nationaler Rundfunkrat**

Der polnische Rundfunk- und Fernsehrat (*Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji* – *KRRiT*) ist die Regulierungsbehörde für elektronische Medien und ein staatliches Verfassungsorgan.

Er ist unter anderem für die Vergabe von Frequenzen und Sendelizenzen, für die Verteilung der Rundfunkgebühren sowie für die Aufsicht über öffentlich-rechtliche und private Sendeanstalten zuständig. Seine Kompetenzen sind in der Verfassung der Republik Polen im Art. 213 im folgenden Wortlaut festgehalten:

1. Der Landesrat für Rundfunk und Fernsehen hütet die Freiheit des Wortes, das Informationsrecht sowie das öffentliche Interesse an Rundfunk und Fernsehen.
2. Der Landesrat für Rundfunk und Fernsehen erlässt Rechtsverordnungen. Bei individuellen Sachverhalten fasst er Beschlüsse.

Das Rundfunkgesetz von 1992 regelt im Kapitel 2. die spezifischen Aufgaben des Nationalen Rundfunkrates:

1. in Absprache mit dem Vorsitzenden des Ministerrats die Richtlinien für die staatliche Rundfunkpolitik bestimmen,
2. Bedingungen für den Betrieb von Sendern festlegen,

3. Konzessionen für die Ausstrahlung von Rundfunkprogrammen vergeben,
4. Rechtsaufsicht über Programmveranstalter üben,
5. Studien zu Programminhalten und Rezipientenverhalten betreiben,
6. Rundfunkgebühren, Gebühren für die Konzessionsvergabe und für die Registrierung von Kabelnetzbetreibern festlegen und erheben,
7. an der Erarbeitung von rundfunkrelevanten Gesetzen und internationalen Abkommen mitwirken,
8. den technischen Fortschritt und die Ausbildung im Rundfunk-Sektor fördern,
9. die internationale Zusammenarbeit organisieren und
10. mit den auf dem Gebiet des Schutzes von Urheber- und Informationsrechten tätigen Organisationen und Institutionen zusammenarbeiten.

Bis 29. Dezember 2005 bestand der *KRRiT* aus neun Mitgliedern, die unterschiedliche gesellschaftliche und politische Gruppen repräsentierten. Vier von ihnen wurden vom Sejm, zwei vom Senat und drei vom Präsidenten ernannt. Die Amtszeit der einzelnen Mitglieder dauerte sechs Jahre. Der Ratsvorsitzende wurde von den übrigen Mitgliedern mit einer Stimmenmehrheit gewählt.

Gedacht war der *KRRiT* bei seiner Bildung als ein Instrument zur Entpolitisierung der öffentlich-rechtlichen Medien. Da ihre Zusammensetzung jedoch die Politiker bestimmen, ist es de facto eine politische Organisation (vgl. Maliszewski 2006: 279). Für Filas und Planeta ergeben die Aktivitäten des *KRRiT* ein negatives Bild. Statt sich für die Redefreiheit und die Unabhängigkeit der Sendeanstalten starkzumachen, ist der *KRRiT* ein Instrument politischer Macht, das über Aufsichtsgremien und Vorstände im öffentlich-rechtlichen Rundfunk entscheidet. Statt Experten sind in diesen Positionen oft Politiker anzutreffen (vgl. Filas/Planeta 2004).



## **10. Die politische Dimension**

### **10.1 Politische Parteien und deren Akteure**

Dieses Kapitel hat eine Skizzierung der politischen Parteien Polens zum Inhalt. Es werden die wichtigsten und einflussreichsten von ihnen nach ihrer politischen Richtung/Orientierung gegliedert. Die Vorstellung inkludiert sowohl Fakten betreffend der Entstehung der Partei, die Präsentation der jeweiligen gewichtigen Parteienmitglieder, als auch einige Grundkonzepte der politischen Programme.

Polens Parteilandschaft besteht aus sozialdemokratischen, liberalen, konservativen, nationalen und populistischen Parteien. Allerdings funktioniert die Unterteilung der polnischen Parteien in ein Links-Rechts Schema insofern nicht, als „bei mehreren Parteien eine Inkongruenz zwischen der prinzipiellen Wertorientierung und den wirtschaftspolitischen Vorstellungen zu beobachten ist“ (Bingen 1999: 105).

Bingen spricht von Konfliktlinien, die es vielen polnischen Parteien schwer macht, sich politisch in ein Lager einzuordnen, da Polens Demokratie nach 50 Jahren der Herrschaft der *PZPR* (Polska Zjednoczona Partia Robotnicza Polnische Vereinigte Arbeiterpartei) relativ jung ist. Polens Parteien mussten sich nach der Wende zu Schlüsselthemen wie Marktwirtschaft versus Staatsinterventionismus, die Haltung zur politischen Einflussnahme der katholischen Kirche oder die Einstellung zur Öffnung nach Europa positionieren, wobei diese Positionierungen nicht immer mit den traditionellen Linien des Rechts-Links-Schemas der Parteien in den westlichen Ländern Europas übereinstimmten. Auch wenn die parteilichen Ideologien schwer in „Links,“ „Mitte“ und „Rechts“ einzuordnen sind, wird dennoch versucht, diese Gliederung beizubehalten (Bingen 1999: 105).

#### 10.1.1 Die Linke

##### **Sojusz Lewicy Demokratycznej (SLD)**

Die Demokratische Linksallianz *SLD* ist ein Zusammenschluss mehrerer postkommunistischer Linksparteien, die im Jahre 1991 als Wahlkomitee gegründet, 1999 zur Partei wurde. Politisch setzt sich die SLD unter anderem für eine konstante Förderung des Mittelstandes, für die Stärkung der lokalen Selbstverwaltung sowie für die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit von Polens Wirtschaft ein. Weiters machte die Partei unbedachte Privatisierungen des staatlichen Sektors nach der Wende zu einem ihrer Hauptthemen. Die SLD ist weiters bekannt für ihre pro-europäische Orientierung und ihre positive Einstellung zur *NATO*. Des Weiteren sollten Staat und Kirche strikt voneinander getrennt sein.

#### 10.1.2 Die Mitte

##### **Polskie Stronnictwo Ludowe (PSL)**

Die polnische Bauernpartei *PSL*, gegründet 1895 und unter der Sowjetunion als Blockpartei (*ZSL*) bekannte Partei, wurde erst nach der Wende zur *PSL* wieder umbenannt. Wie schon aus ihrem Namen hervorgeht, verstehen sich die Mitglieder als Verfechter der Interessen des polnischen Bauerntums. Protektionismus in der Landwirtschaft ist folglich einer der Grundpfeiler ihres politischen Programms. Die Einführung einer vollen politischen und wirtschaftlichen Demokratie und die Verteidigung der Bürgerrechte lassen ein sozialdemokratisches Schema erkennen. Schließlich legt die Partei großen Wert auf einen guten Kontakt mit der Kirche, ist pro-europäisch gesinnt und betont die Wichtigkeit der nationalen Werten. Der Vorsitzende dieser politischen Formation ist Waldemar Pawlak.

##### **Platforma Obywatelska (PO)**

Die konservativ-liberale Bürgerplattform *PO* wurde 2001 vom Vorsitzenden Donald Tusk sowie Andrzej Olechowski und Maciej Plazynski gegründet und vereinigt christlich-demokratische, liberale und konservative Kräfte. Die Bürgerplattform legt großen Wert auf einen Liberalismus in der Wirtschaft und setzt sich insbesondere für den Mittelstand ein. Weiters steht die *PO* der Kirche eher negativ und der EU positiv gegenüber, obgleich die Partei bei Letzterer

ein stärkeres Mitspracherecht fordert. Die PO wurde allgemein als treibende Kraft in Richtung EU-Beitritt gesehen. In den vorgezogenen Wahlen 2007 erreichte die PO eine Mehrheit von 41,51 % der Stimmen und ist somit die stärkste Fraktion im polnischen Parlament (<http://www.platforma.org>).

#### 10.1.3 Die Rechte

##### **Prawo i Sprawiedliwosc (PiS)**

Die christlichdemokratisch-konservative Partei Recht und Gerechtigkeit (PiS) wurde 2001 von den Zwillingenbrüdern Lech und Jaroslaw Kaczynski (Vorsitzender der PiS) gegründet. Insbesondere Lech Kaczynski wurde durch sein hartes Durchgreifen in der Zeit als früherer Justizminister bei seinen Wählern bekannt. Die Partei tritt für einen starken Staat ein und polarisiert, indem sie extrem konservative Werte betreffend der Todesstrafe, Abtreibung und Homosexualität propagiert. Weiters ist die PiS kirchennah und EU-skeptisch. Wirtschaftlich bekennt sich die Partei zu einer interventionistisch-protektionistischen Wirtschaftspolitik. Außer den Zwillingenbrüdern werden Ludwik Dorn, Adam Lipinski, Kazimierz Ujazdowski und Marek Jurek mit der PiS in Verbindung gebracht.

##### **Samobrona Rzeczpospolitej Polskiej (SO)**

SO, die Selbstverteidigung der Polnischen Republik hat in dem radikalen Politiker Andrzej Lepper ihren Vorsitzenden gefunden. Jener setzt sich vorwiegend für die Belange der polnischen Bauern ein. 1992 wurde die Selbstverteidigung als Gewerkschaft von Andrzej Lepper gegründet. Noch im selben Jahr wurde die SO zu einer Partei transformiert. Obwohl die Partei wirtschaftlich eher links orientiert ist, ist ihre politische Ausrichtung populistisch und nationalistisch. Die EU-ablehnende Haltung, verursacht durch die Gefährdung der polnischen Landwirte, hat sich jedoch im Laufe der letzten Jahre in lediglich eine EU-Skepsis gewandelt. Zu den führenden Politikern der Selbstverteidigung zählen: Andrzej Lepper, Stanislaw Lyzwinski, Krzysztof Filippek, Genowefa Wisniwska, Danuta Hojarska und Renata Beger.

##### **Liga Polskich Rodzin (LPR)**

Die Liga der polnischen Familien wurde 2001 aus rechtskatholischen Gruppierungen geformt. Die Motivation für die Entstehung der LPR ist großteils

auf ihre ablehnende Haltung der EU gegenüber zurückzuführen. Der derzeitige Vorsitzende der *LPR* ist Miroslaw Orzechowski, während ihrer Koalitionsbeteiligung in den Jahren 2005-2007 war es Roman Giertych. Das politische Programm der Liga Polnischer Familien basiert auf konservativen und patriotischen Werten. So lehnt die Partei die EU strengstens bis zum heutigen Tag ab. Das Eingreifen der Kirche in das Politische erachtet die *LPR* als legitim. Sie ist ebenfalls bekannt für ihre anti-deutsche und anti-semitische Einstellung. Weiters kämpft sie konstant gegen Abtreibung und Homosexualität (vgl. Fijalkowski 2004: 18-30).

## **10.2 Die politische Arena rund um die Wahlen 2005**

Bevor die Wahlen 2005 und die Regierung unter der PiS detailliert beschrieben werden, lohnt sich zum besseren Verständnis der Wahlergebnisse ein Blick in die Vergangenheit.

Aus den Sejmwahlen 2001 ging die sozialdemokratische *SLD* (Demokratische Linksallianz) als klarer Sieger hervor. Die Partei bekam 41 % der Stimmen und bildete eine Koalition mit der Bauernpartei *PSL* (Polnische Volkspartei), die knapp 9% der Stimmen bekommen hatte. Für die Schwächung der polnischen Linken und schließlich den Zusammenbruch dieser Koalition, wird die so genannte „*Rywingate-Affäre*“ aber auch zwei weitere Skandale im Zusammenhang mit dem Mineralölkonzern *PKN Orlen* und der Versicherungsgesellschaft *PZU* verantwortlich gemacht (vgl. Kochanowicz 2007: 155/Klimkiewicz 2004: 366-368).

Da die „*Rywingate-Affäre*“ nicht nur im direkten Zusammenhang mit den Medien steht, sondern auch ein enormes Interesse auf sich zog, lohnt es sich genauer auf sie einzugehen. Im Juli 2002 unterbreitete der Filmproduzent Lew Rywin, dem Chefredakteur der *Gazeta Wyborcza* Adam Michnik, ein Angebot: Für die Summe von umgerechnet 17,3 Millionen US-Dollar würde ein gerade diskutierter Gesetzentwurf, der die Einflussnahme von Printmedien im Rundfunksektor beschränken sollte, dahingehend geändert werden, dass der Verlag der Zeitung (*Agora S.A*) den privaten Fernsehsender *Polsat* oder das

zweite Programm des öffentlich-rechtlichen TVP übernehmen könne. Rywin gab vor, im Auftrag einer anonymen "Gruppe, die die Macht in den Händen hält" zu handeln und deutete an, dass er im Sinne des damaligen Regierungschefs Leszek Miller von der postkommunistischen SLD handle. Ein halbes Jahr später machte Gazeta Wyborcza den Korruptionsskandal publik. Es folgte die Einrichtung eines Untersuchungsausschusses, vor dem sich Leszek Miller von den Vorwürfen distanzierte und schließlich, unter dem Druck der Öffentlichkeit, den geplanten Gesetzesentwurf Ende Juli 2003 zurückzog. Die Arbeit des Untersuchungsausschusses wurde von zwei Fernsehsendern täglich viele Stunden lang live übertragen, was dem SLD-Image schadete.

Neben der „Rywingate-Affäre“ gab es zur gleichen Zeit auch zwei weitere Korruptionsskandale, die sich für die SLD als katastrophal erwiesen. Einer davon befasste sich mit dem Vorwurf des Regelverstößes in der Aufsicht des Schatzministeriums über den staatseigenen Mineralölkonzern PKN Orlen S.A., verbunden mit dem Vorwurf, dabei den Geheimdienst illegal eingesetzt zu haben. Der andere behandelte Korruptionsvorwürfe im Zusammenhang mit der Privatisierung der staatseigenen Versicherungsgesellschaft PZU S.A.

Die Folge jener Skandale war ein fast völliger Verlust der politischen Unterstützung der SLD seitens der Öffentlichkeit. Bekam die Partei vor ihrem Regierungsantritt 2001, wie oben erwähnt, 41 % der Stimmen, so waren es nach Wählerumfragen vier Monate vor den Wahlen im September 2005 nur noch 7 %. Von dem Zusammenbruch der SLD profitierten vor allem die Parteien Platforma Obywatelska (PO) und Polskie Stronnictwo Ludowe (PSL), während Prawo i Sprawiedliwosc erst etwa im Mai 2005 in der Lage war, die Situation für sich zu Nutze zu machen (vgl. Szawiel 2007: 3).

Die Wahlen zum Sejm am 25. September 2005 gewann Prawo i Sprawiedliwosc mit 26,99 Prozent der Stimmen. Die linkskonservative Platforma Obywatelska lag mit 24,14 Prozent an zweiter Stelle, gefolgt von der konservativen Bauernpartei Samoobrona mit 11,41 Prozent der Stimmen. Die ehemaligen Regierungsparteien, die linke SLD und die Bauernpartei PSL kamen auf 11,31 bzw. 6,96 Prozent der Stimmen. An vorletzter Stelle rangierte die rechts-konservative Liga Polskich Rodzin.

Partei	Wahlergebnis in %
Prawo i Sprawiedliwosc (PiS)	26,99
Platforma Obywatelska (PO)	24,14
Samoobrona (SO)	11,41
Sojusz Lewicy Demokratycznej (SLD)	11,31
Liga Polskich Rodzin (LPR)	7,97
Polskie Stronnictwo Ludowe (PSL)	6,96

Tabelle 8: Ergebnisse der Parlamentswahlen 2005. Quelle: Panstwowa Komisja Wyborcza 2005.

Nach den Wahlen kam es zunächst zu einer Minderheitsregierung der Siegerpartei PiS mit dem Premier Kazimierz Marcinkiewicz an der Spitze, der für eine Koalition mit der PO gestanden hatte. Die beiden Parteien hatten 2005 die Absicht erklärt, eine Koalition zu bilden, doch nach den Wahlen scheiterten die Koalitionsverhandlungen. Der Grund dafür bleibt unklar, wirtschaftspolitische Unstimmigkeiten mögen jedoch eine Rolle gespielt haben sowie der heftige Kampf der beiden Parteien im Vorfeld der Parlaments- und Präsidentschaftswahlen (vgl. Kochanowcz 2007: 146).

Die Minderheitsregierung unter Marcinkiewicz wurde eingesetzt, da einen Monat später, am 23. Oktober 2005, die Präsidentschaftswahlen anstanden, in denen Lech Kaczynski, der Zwillingsbruder des Parteivorstandes der PiS Jaroslaw Kaczynski, kandidierte und diese auch gewann. Die meisten Analytiker gehen davon aus, dass, wenn Jaroslaw Kaczynski unmittelbar nach den Wahlen als Ministerpräsident eingesetzt worden wäre, Lech Kaczynski die Präsidentschaftswahl an Donald Tusk, Parteivorstand der PO, verloren hätte (vgl. Szawiel 2007: 10).

Nachdem die Koalitionsverhandlungen mit der PO gescheitert waren, gab es weitere Verhandlungen der PiS mit der Samoobrona und der Liga Polskich Rodzin. Zu einer Mehrheitsregierung mit jenen zwei Parteien kam es im Mai 2006. Der Parteivorstand der Samoobrona, Andrzej Lepper, wurde Vize-Sejm marschall und Landwirtschaftsminister und Roman Giertych, Parteivorstand der LPR, Vizepremier und Bildungsminister.

Im Juli 2006 legte Marcinkiewicz aufgrund von Unstimmigkeiten mit der PiS-Führung sein Amt als Ministerpräsident nieder. Der Nachfolgende Ministerpräsident wurde Jaroslaw Kaczynski, der am 14. Juli 2006 vom Staatspräsident, seinem Bruder Lech, angelobt wurde.

### **10.3 Ziele der PiS-Partei**

Nach einer Analyse der Programminhalte der Partei sowie zahlreicher Aussagen der PiS-Führung, fasst Lang einige ideologische Linie zusammen, die folgende Kernpunkte umfasst (vgl. Lang 2007: 53ff):

1) Dekommunisierung, also die Aufarbeitung der kommunistischen Herrschaft.

In diesem Prozess sollten vordergründig illegale Zusammenhänge zwischen Wirtschaft und Staat ausgelotet und zerschlagen werden. Des Weiteren sollte das öffentliche Bewusstsein hinsichtlich des kommunistischen Regimes gestärkt werden und schließlich sollte eine „Durchleuchtung“ (*lustracja*) von bestimmten Funktionsträgern konsequent vorgenommen werden, die auf die Zusammenarbeit mit den früheren Geheimdiensten geprüft werden sollten, wobei eine Ausweitung des „verdächtigten“ Personenkreises stattfand.

2) Rekonstruktion und Stärkung des polnischen Staates. Nachdem viele der Missfunktionen des Staatsapparates auf die Machenschaften der „Postkommunisten“ zurückgeführt wurden, hing dieser Prozess unmittelbar mit der Dekommunisierung zusammen, weshalb von der PiS eine „Kommission für Wahrheit und Gerechtigkeit“ gefordert wurde. Des Weiteren sollte der Staat durch eine Verschärfung des Strafrechtes und eine Reform des öffentlichen Dienstes saniert werden.

3) Werte und moralische Revolution.

In ihrem Programm nahm die PiS an zwölf verschiedenen Stellen auf moralisches Handeln Bezug: soziale Gerechtigkeit, christliche Werte sowie nationaler Zusammenhalt stehen hier im Vordergrund.

4) Soziales und solidarisches Polen.

Die Rolle des Staates und seine gesellschaftspolitische Verantwortung, besonders für die schwächsten sozialen Gruppen, sollen gestärkt werden.

5) Historische Politik.

Die Innen- und Außenpolitik wird durch Polens und Europas tragische, geschichtliche Erfahrungen beeinflusst. Historische Zwangslagen und Verdienste Polens sollen im öffentlichen Bewusstsein verankert werden.

6) Patriotische Außenpolitik.

Im Vordergrund stehen die nationalen Interessen Polens, die PiS vertritt dabei einen Europaskeptizismus.

#### **10.4 Ideologie und Agenda-Building der PiS-Regierung**

Vor dem Hintergrund der oben beschriebenen Ziele, vor allem der Punkte 1-4, setzt sich folgendes Kapitel mit den Manifestationsformen der Ideologie der PiS auseinander. Auf der Agenda im Wahlkampf 2005, wie auch während ihrer Regierungszeit bis Oktober 2007, stand vor allem der von der PiS kreierte Begriff der *VI. Republik* im Vordergrund vieler politischer Handlungen. Für das Wahlvolk war es ein verständliches Projekt, das einen Neufang, also eine Aufarbeitung der postkommunistischen Vergangenheit der vergangenen 16 Jahre symbolisierte: Die *III. Republik*, die nach den freien Wahlen 1991 hervorgegangen war, sollte nach dem Wahlerfolg der PiS reformiert werden. „Im Grunde will die Partei der Kaczynski-Brüder dort ansetzen, wo ihrer Auffassung nach die Offensive der demokratischen Kräfte nach dem Umbruch von 1989 im Morast stecken blieb“ (Lang 2007: 52).

Der Gegensatz zwischen der *III.* und der *IV. Republik* bestand darin, dass die *III. Republik* von liberalen, also wirtschaftsorientierten und auf eigenen Vorteil bedachten Eliten dominiert wurde, wodurch es zu sozialen Ungerechtigkeiten in der Gesellschaft gekommen war. Das solidarische Polen der *IV. Republik* unter der PiS-Führung sollte jenen wirtschaftlichen Ungerechtigkeiten entgegenwirken, wobei sich PiS bei Vergleichen zur *III. Republik* einer



schwarz-weiß Malerei, der Schaffung von Feindbildern sowie einer Rhetorik, die an die kommunistische Führung erinnerte, bediente (vgl. Lang, 2007: 52-53/Huterer 2006: 55).

Die Feindbilder der PiS waren, sowohl im Wahlkampf als auch während der Regierungszeit sehr vielfältig und umfassten unter anderem „Homosexuelle, Liberale, Deutsche, Russen, Transformationsgewinner, Medien, Postkommunisten, Geheimdienste, Gegner des Katholizismus“ (Loew 2006: 36), das Metafeindbild der Partei war jedoch *uklad*, was so viel wie „Machenschaften“ oder „zweifelnde Verbindungen“ bedeutet [Übers. Verf.]. Das Schlüsselwort ist als ein Beziehungsnetz zwischen Politik, Wirtschaft, Geheimdienst, sowie dem organisierten Verbrechen zu verstehen und findet sich in fast jedem Interview der PiS-Politiker (Huterer 2006: 63). Die Besonderheit des Begriffes besteht darin, dass er nicht erklärt werden muss und sich auf viele Gegner anwenden lässt, wodurch ein Gegensatz zwischen wir, die Guten, und die anderen, die Bösen, angedeutet wird: „Uklad ist ein bequemer Topos, weil er vage bleibt, Täter nicht beim Namen genannt werden müssen, zugleich aber eine abstrakte Teilung der Gesellschaft in die ‚Guten‘ und die ‚Bösen‘ erlaubt“ (Loew 2006: 37).

Im Zusammenhang mit der Schwarz-Weiß-Malerei und dem Freund-Feind-Denken stehen eine Reihe von Begriffen, die von der PiS entweder kreiert oder im öffentlichen Diskurs oft vorkommen. Eines davon ist *wykrztalciuchy*, eine pejorative Form von *wykrztalceni*, also gebildete Menschen, die als Gegner der Ideologie der IV. Republik als Feinde eingestuft werden. Ebenso wurde der Begriff „Lumpenliberale“ (*lumpenliberalowie*) geschaffen, worunter nicht nur ökonomische, sondern auch moralische Ziele jenes Personenkreises diskreditiert werden. Ein Lumpenliberalist ist nach Auffassung der PiS ein geld- und machthungriger Kapitalist, der sich durch einen Werterelativismus und moralische Freizügigkeit auszeichnet (vgl. Huterer 2006: 57).

„Das Spektrum der für die PiS typischen Rhetorik reicht von ‚Halunke‘ (*lobuz*) über ‚Heuchler‘ (*hipokryta*) bis hin zu ‚Schädling‘ (*szkodnik*), die Liste der Vorwürfe von ‚Unterstellung‘ (*insynuacja*) über ‚Lüge‘ (*klamstwo*) und ‚Verrat‘ (*zdrada*) bis hin zu ‚Verbrechen‘ (*zbrodnia*) an der Demokratie“ (Huterer 2006: 62) [Hervorheb. i.O.].

Die Idee der IV. Republik, die Schaffung von Feindbildern sowie die direkte und polarisierende Sprache der PiS-Politiker, lassen sich zu einer Agenda zusammenfassen, die Parallelen zur kommunistischen Propaganda aufweist. Es wird kein Kompromiss im politischen Diskurs angestrebt, es gibt nur einen Sieg der einen oder der anderen Seite. Gegner werden diskreditiert und als Feinde dargestellt (Huterer 2006: 60-61).

## **11. Maßnahmen der PiS-Regierung im Bereich der Massenmedien**

„Wenn eine Regierung keine Macht über das Fernsehen hat, das seit jeher als superstrategische Institution gilt, so hat sie keine Chance. Und wenn der Ministerpräsident keine Gewalt über das Fernsehen hat und sich von ihm auf dem Kopf herumtrampeln lässt, ist sein politisches Ende nah“ (Jaroslaw Kaczynski, zit. in Maliszewski 2006: 272).

Nach Maliszewski ist das Bemühen der Politiker öffentlich-rechtliche Medien unter ihre Kontrolle zu bringen in Polen nichts Neues. Der harte Kampf um TVP hatte immer schon Priorität, da etwa 50 Prozent der Zuschauer regelmäßig die öffentlich-rechtlichen Sender sehen. Jede einzelne demokratische Regierung seit der Wende 1989 hatte versucht, verstärkt Einfluss auf TVP zu nehmen, neu an der Politik der PiS-Regierung sei jedoch, dass es Bemühungen gab, den Einfluss auf private Sender auszuweiten (vgl. Maliszewski 2006: 272). Dies sollte mittels der Umgestaltung des Rundfunkrates (KRRiT), dem Schaffen eines Nationalen Zentrums für Medienbeobachtung sowie einer per Gesetz verpflichtenden Lustration der Journalisten erfolgen. Jene Maßnahmen hielten jedoch dem Urteil des Verfassungsgerichtshofes nicht stand, wie in den nachfolgenden Kapiteln erläutert wird.

### **11.1 Die Umgestaltung des Rundfunkrates**

Wenige Wochen nach der Regierungsbildung unter Ministerpräsident Kazimierz Marcinkiewicz wurde am 29. Dezember 2005 ein Gesetz zur Umgestaltung des Nationalen Rundfunkrates verabschiedet, das noch am selben Tag vom Präsident Lech Kaczynski unterschrieben wurde und einen Tag später im Gesetzblatt erschien (vgl. Dziennik Ustaw 2005). „In einem derartigen Tempo ist noch kein Gesetz verabschiedet worden“ (Wojtas 2007: 185).

Die wichtigste Änderung bestand darin, dass die Regelung die Anzahl der Ratsmitglieder von neun auf fünf reduzierte, von denen zwei vom Staatspräsidenten, zwei vom Sejm und einer vom Senat gewählt wird.

Weitere Neuerungen bestanden in:

- 1) Der Vorsitzende wird nicht mehr von den Mitgliedern mit einer Stimmenmehrheit gewählt, sondern vom Präsidenten ernannt und kann auch von diesem abberufen werden.
- 2) Der KRRiT wird zu Anregungen und Handlungen um Bereich journalistische Ethik ermächtigt.
- 3) So genannte Gesellschaftssender werden gegenüber anderen privilegiert. Dies sind Sender die: a) Erziehungs- und Bildungsprogramme ausstrahlen, die das christliche Wertesystem respektieren und die universellen Ethikprinzipien als Grundlagen anerkennen sowie die Festigung der nationalen Identität anstreben, b) keine Sendungen ausstrahlen, die Szenen bzw. Inhalte anzeigen, die einen negativen Einfluss auf die richtige physische, psychische oder moralische Entwicklung der Minderjährigen ausüben können, c) weder Werbung noch Verkaufs- noch andere gesponserte Sendungen ausstrahlen und d) für die Vertreibung, die Verteilung oder Empfang ihrer Programme keine Gebühren berechnen.

Die angeführten Punkte wurden vom Verfassungsgericht zwar für verfassungswidrig erklärt, die Gesetzesänderung wurde aber nicht als Ganzes abgelehnt; die Reduzierung der Mitgliederanzahl von neun auf fünf wurde durchgesetzt. Darüber hinaus konnte die PiS-Regierung vor dem Urteil über mehrere Wochen von diesem Gesetz Gebrauch machen (vgl. Wojtas 2007: 185).

### **11.2 Nationales Zentrum zur Beobachtung der Medien**

In dem am 2. Februar 2006 von PiS, Samoobrona und LPR unterzeichneten Stabilitätspakt gab es unter anderem ein Gesetzesvorhaben, in Polen ein „Nationales Zentrum zur Beobachtung der Medien“ zu errichten. Dieses sollte die „Äußerungen in den Medien unter ethischen und strategischen Gesichtspunkten analysieren“ (Wojtas 2007: 188). Die Idee seitens der Regierung war, dass der polnische Bürger das Recht hätte, zu wissen, was die

Medien vertreten, wie sie sich finanzieren und welche Beziehungen deren Journalisten hätten. Nach heftigen Protesten seitens der Betroffenen, also der Medien, scheiterte die Errichtung des Zentrums jedoch (vgl. ebd.).

### **11.3 Das Lustrationsgesetz**

Die *lustracja* (Lustration, dt. Durchleuchtung) wird in erster Linie als die „Enttarnung aller informeller Mitarbeiter des Sicherheitsdienstes SB“ (Paradowska 2006: 207) verstanden und wird seit dem Machtwechsel in den frühen Neunziger Jahren heftig diskutiert. Der Grund für die ständige Aktualität des Themas ist, dass anders als in anderen osteuropäischen Staaten, der Machtwechsel in Polen nach dem Zusammenbruch des Kommunismus sich friedlich und stufenweise vollzog, indem sich die neue Führung mit der PZPR-Partei arrangierte. Die ehemals Regierenden wurden nur schrittweise von den Solidarnosc-Kräften von ihren Posten verdrängt, weshalb es im öffentlichen Bewusstsein keinen eindeutigen, revolutionären Moment gab, in dem das alte System aufgehört und das neue begonnen hätte (vgl. Paradowska 2006: 207). Ausgehend von der moralischen Revolution und dem Plan der PiS, eine neue IV. Republik zu errichten, wurde in einer neuerlichen Entfaltung der Lustrationsdiskussion der Bruch mit der Vergangenheit forciert.

Die PiS-Partei misst den früheren Geheimdiensten und ihren informellen Mitarbeitern, die als Teil des Metafeindbildes uklad, Politik und Wirtschaft infiltriert haben sollen, übermäßig viel Bedeutung bei, weshalb von der PiS eine Erweiterung des ersten Lustrationsgesetzes von 1997 gefordert wurde (vgl. Paradowska 2006: 217/Kochanowicz 2007: 149).

Mit Unterstützung der PO wurde am 14. Februar 2007 das neue Lustrationsgesetz verabschiedet, das neben Personen öffentlichen Lebens (die vor dem 1. August 1972 geboren wurden) wie Politikern, Richtern und Aufsichtsräten von staatlichen Unternehmen (u. a. auch TVP) auch Journalisten, Wissenschaftler und Hochschullehrer umfasste. Jener Personenkreis von bis zu 700 000 Menschen hatte demnach die Pflicht,

Erklärungen abzugeben, ob sie mit Geheimdiensten der Volksrepublik zusammengearbeitet haben oder nicht. Im Mai 2007 wurden Teile des Gesetzes, unter anderem der zu überprüfende Personenkreis, jedoch für verfassungswidrig erklärt (vgl. Schade 2007: 11/Kochanowicz 2007: 149).

#### **11.4 Fallbeispiele zum Umgang der PiS-Partei mit den Medien**

Vor dem Hintergrund der politischen Ideologie der Neuen Rechten, die in Polen nach den Wahlen hervorgegangen war, gab es in den Jahren 2005-2007 einige umstrittene Schritte und Kommentare seitens der regierenden Parteien im Umgang mit den regierungskritischen Medien. Vor allem in der auflagenstärksten Qualitätszeitung *Gazeta Wyborcza* hatte die Regierung unter Jaroslaw Kaczynski einen erklärten Feind. Das Blatt, das sich zur liberalen Linken bekennt, kritisierte oft die Neue Rechte, was zu heftigen Kommentaren seitens der Politiker der Koalitionsparteien führte (vgl. Baranowski 2006: 9). So sagte Jaroslaw Kaczynski in dem 2006 erschienen Interviewbuch *O Dwóch takich... Alfabet Bracia Kaczynskich* [Über zwei die... Das Alphabet der Gebrüder Kaczynski<sup>7</sup> über den Chefredakteur von *Gazeta Wyborcza*:

„Eine hervorragende Figur vor 1989 [...]. Politischer Gefangener, die bedeutendste Figur seiner Generation. Und nach 1989 ein großer Schädling, ein Mensch der Polen schwer schadet, um die Interessen seines Milieus zu verteidigen. [...] Vielleicht haben seine dämlichen Mitarbeiter den Sinn seines Handelns nicht verstanden. Er verstand ihn sehr wohl [...]. In einer anderen Konstellation in einem Staat der Durchleuchtung und der Entkommunisierung wäre seine Zeitung nicht so bedeutend geworden“ (Jaroslaw Kaczynski, zit. in Loew 2006: 40).

Auf die kritische Berichterstattung der *Gazeta Wyborcza* über die katholischen Medien des Paters Tadeusz Rydzyk, forderte der Abgeordnete des Europäischen Parlaments Wojciech Wierzejski von der Partei LPR gar einen Boykott der Zeitung (vgl. Baranowski 2006: 11).

Um Neuwahlen zu vermeiden und um das erfolgreiche Ende der Koalitionsverhandlungen zu besiegeln, fand am 2. Februar 2006 die

---

<sup>7</sup> Der Titel ist eine Anspielung auf den Spielfilm „Über zwei, die den Mond stahlen“ in dem die Gebrüder Kaczynski als Kinder die Hauptrollen spielen.

Unterzeichnung eines Stabilitätspaktes mit Gesetzesvorhaben durch die Führer der künftigen Koalitionsparteien Jaroslaw Kaczynski (PiS), Andrzej Lepper (Samoobrona) und Roman Giertych (LPR) statt. Als die im Sejm versammelten Journalisten auf das Ereignis warteten, wurde plötzlich verkündet, der Pakt werde in diesem Augenblick, also eine Viertelstunde vor dem eigentlichen Termin unterzeichnet und von TV Trwam und Radjo Maryja übertragen. Nach der Liveübertragung sagte der die Unterzeichnung kommentierende Priester, dass die Begegnung ausschließlich für TV Trwam, Radjo Maryja und Nasz Dziennik organisiert worden sei, und dass in wenigen Augenblicken eine Pressekonferenz stattfände. Die Journalisten verhielten sich jedoch solidarisch und boykottierten das Ereignis. Als Rechtfertigung seitens der drei Parteien wurde später behauptet, dass es sich bei der Liveübertragung in den drei katholischen Medien um eine Paraphierung und nicht um die eigentliche Unterzeichnung gehandelt habe. Kaczynski kritisierte obendrein die versammelten Journalisten, die „Schande“ und „Skandal“ gerufen hatten, und meinte, der Sejmmarschall müsse dagegen vorgehen (vgl. Wojtas 2007: 187).

Ebenso umstritten ist die Verurteilung des Fernsehsenders Polsat zu einer Geldstrafe von ca. 500 000 Euro, nachdem die Publizistin Kazimera Szczuka die Stimme eines behinderten Mädchens, das im Radio Maryja eine Sendung geleitet hatte, in Unkenntnis über dessen Behinderung in einer Polsat-Sendung nachgeahmt hatte. Eine weitere Geldstrafe für Polsat wurde im Zusammenhang mit der Sendung *Fearfactor* verhängt, da die Teilnehmer der Game Show Regenwürmer verspeist hatten. Jene Fälle waren für die Vorsitzende des KRRiT ein Verstoß gegen die Moral der Gesellschaft (vgl. Wojtas 2007: 186/Sprycha 2006: 8). Wojtas sieht in beiden Fällen eine Diskreditierung von Polsat und eine Bevorzugung von Radio Maryja:

„Dass TV Polsat eher kritische Ansichten gegenüber den neuen Machthabern vertritt, hat dabei natürlich keine Rolle gespielt. Auf der anderen Seite sah die Rundfunkratsvorsitzende keinen Anlass, die im Radio Maryja verbreiteten antisemitischen oder nazistischen Inhalte zu rügen. Es kann also angezweifelt werden, ob die Staatsorgane der Presse zur Ausübung ihrer Funktionen und zur Erfüllung ihrer Funktionen die notwendigen Bedingungen schaffen“ (Wojtas 2007: 186).

Ein weiterer Fall von Eingriff seitens der Regierung betrifft einen Kommentar der Schriftstellerin Manuela Gretkowska, die in der Zeitschrift *Sukces* für das

Feuilleton verantwortlich gewesen ist. In jenem Kommentar in der Februarausgabe 2006, das sich kritisch mit den Gebrüdern Kaczynski befasste, unterliefen Gretkowska tatsächlich zwei Recherchefehler, worauf hin eine scharfe Kritik seitens des Pressebüros der Präsidentschaftskanzlei folgte. In der Märzangabe von Sukces folgte daraufhin die Richtigstellung eines Recherchefehlers, in der Ausgabe darauf, in Form eines Kommentars, sollte die Richtigstellung des zweiten folgen. Der neue Kommentar war dem Verleger jedoch zu scharf, weshalb er die Seite mit dem Kommentar aus 90 000 schon gedruckten Exemplaren von Sukces von Redaktionsmitarbeitern einzeln ausschneiden ließ. Als Rechtfertigung gab er die Befürchtung vor einer Strafe des KRRiT an (vgl. Sprycha 2006: 8).



## **12. Zur Lage der Pressefreiheit unter der PiS-Regierung**

Im Zusammenhang mit der Pressefreiheit machte die polnische PiS-Regierung im Juli 2006 international Schlagzeilen, nachdem Peter Köhler, ein Redakteur des Berliner Blattes *Tageszeitung*, einen Artikel veröffentlicht hatte, in dem er die Gebrüder Kaczynski mit Kartoffeln vergleicht.<sup>8</sup>

„President Lech Kaczynski and his twin brother Jaroslaw, the prime minister, did not like being criticised and the Warsaw prosecutor took action in July against Peter Kohler, of the German daily *Tageszeitung*, for writing a satirical article a month earlier about the Kaczynski brothers headed ‚The new Polish yokels.‘ The government reacted furiously and officials likened *Tageszeitung* to the pro-Nazi German press and demanded that the German government condemn the article. The Polish foreign ministry said on 4 July it would not longer speak to the paper’s Warsaw correspondent, Gabrielle Lesser, who received anonymous threatening phone calls. President Kaczynski called the article ‚vile‘ and ‚disgusting‘ on 7 July“ (Reporters Without Borders 2007: 119).

Die polnische Regierung forderte von den deutschen Regierungsmitgliedern, sich von diesem Artikel zu distanzieren, diese lehnten jedoch die Forderung mit Verweis auf die Pressefreiheit ab. *Reporters Without Borders* argumentiert, dass die PiS-Regierung keine Kritik toleriert, weshalb die Organisation die Freiheit der Presse unter der populistischen Partei als bedroht einstuft (vgl. ebd.).

Vergleicht man die Rankings der Organisation der letzten fünf Jahre, so fällt auf, dass nach dem Wahlsieg der PiS im September 2005 Polen im weltweiten jährlich veröffentlichten *Press-Freedom-Index* kontinuierlich zurückfiel. 2003 rangierte Polen an 33. Stelle vor Spanien und Italien, 2004 konnte sich das Land auf den 32. Platz verbessern. 2005 hingegen, mit dem Regierungseintritt der PiS, fiel Polen schlagartig um 21 Plätze auf Platz 53 zurück und war somit das Schlusslicht der EU. Im Jahr 2006 ging es mit der Talfahrt der Pressefreiheit weiter, als sich Polen am 58. Platz ex aequo mit Rumänien wiederfand. 2007, drei Jahre nach dem Beitritt Polens zu Europäischen Union,

---

<sup>8</sup> Der TAZ-Artikel „Polens neue Kartoffel. Schurken, die die Welt beherrschen wollen. Heute: Lech ‚Katsche‘ Kaczynski“ vom 26.6.06 findet sich im Online-Archiv der TAZ unter <http://www.taz.de/index.php?id=archivseite&dig=2006/06/26/a0248>

war das Land weltweit an 57. und EU-weit an letzter Stelle (<http://www.rsf.org>).

Reporters Without Borders kritisierte in den Jahren 2005-2007 vor allem die Umgestaltung der KRRiT sowie das Lustrationsgesetz und verwies auf einige Fälle der Strafverfolgung von Journalisten.

Aus einer Untersuchung des *Centrum Monitoringu Wolnosci Prasy* (CMWP - Zentrum zur Überwachung der Pressefreiheit), durchgeführt in den Jahren 2005-2006, geht hervor, dass in 402 Fällen Journalisten strafrechtlich verfolgt wurden, was von der Organisation selbst als „viel“ bezeichnet wird. Dennoch wird argumentiert, dass in 102 Fällen die Anklagen abgewiesen wurden und in nur 23 Fällen es zu einer Verurteilung kam. Das Strafmaß sei in diesen Fällen jedoch „nicht streng gewesen“ (CMWP: 2006: 14).

Des Weiteren konnte die Organisation keine Erhöhung der strafrechtlichen Verfahren gegen Journalisten feststellen. In der Schlussfolgerung der Untersuchung ist zu lesen:

„Die Ergebnisse der Untersuchung im Auftrag von CMWP in den Jahren 2005-2007 weichen generell nicht von den Ergebnissen der letzten Jahre ab. Es zeichnen sich keine Tendenzen der Häufung von Gerichtsverfahren gegen Journalisten. Es kann ruhig festgestellt werden, dass sie ähnlich blieben“ (CMWP 2007: 14) [Übers. Verf.].

### **13. Zusammenfassung und Interpretation**

Die polnische Medienlandschaft hat sich nach dem Zusammenbruch des Sozialismus nach westlichen Vorbildern entwickelt: das duale Rundfunksystem und eine Vielzahl von ausdifferenzierten Printmedien lässt auf einen Meinungspluralismus im öffentlichen Diskurs schließen. Einzigartig in Europa ist dennoch die Vorherrschaft der öffentlich-rechtlichen TVP S.A. (53% Marktanteil). Seit der Wende 1989 gab es in Polen keine einzige Regierung, die diese mediale Dominanzstellung nicht versucht hätte, für ihre politischen Ziele zu nutzen. Neu an der PiS-Regierung der Jahre 2005-2007 war jedoch, dass der politische Einfluss auch auf die privaten Medien ausgedehnt werden sollte: die Umgestaltung des KRRiT, die Errichtung eines Nationalen Zentrum zur Beobachtung der Medien sowie der Ausdehnung des Lustrationsgesetzes auf die Journalisten scheiterten zwar, dennoch bleibt es nach Einschätzung von Kommunikationswissenschaftlern ein Versuch, der dazu dienlich sein könnte, auch private Medien besser kontrollieren zu können.

Die rechtlichen Voraussetzungen für die Freiheit der Medien, ihre Meinung kundzutun, sind in der polnischen Verfassung, dem Pressegesetz und dem Rundfunkgesetz fest verankert. Die Meinungsäußerungs- und Pressfreiheit gehört zum entscheidenden Grundrecht der Demokratie und muss geschützt werden, um den Bestand dieser zu sichern. Diese Aufgabe übernehmen Regierungen, indem sie die Pressefreiheit respektieren und die Medienpolitik im Sinne der Möglichkeit zur Entfaltung vieler verschiedener Meinungen gestalten. Die PiS-Regierung hat aufgrund der Diskreditierung von regierungskritischen Medien mehrmals bewiesen, dass Kritik schwer geduldet wird und oftmals mit Sanktionen verbunden ist.

Die Einstellung der PiS zu zur Rolle der Medien in einem demokratischen Staat kann als autoritär eingestuft werden, da regierungskritische Medien als erklärte Feindbilder galten. Die Kritiker der Neuen Rechten vergleichen die PiS gar mit einer kommunistischen Partei, die darauf bedacht ist, durch Schaffung von Feindbildern, wie die der Massenmedien, zum eigenen Bestand beizutragen. Dieses Bild absoluter Macht wurde durch die Rolle der Zwillingenbrüder Kaczynski in Polen verstärkt: Zwei Brüder bekleideten die zwei

wichtigsten Ämter in einem Land, nämlich die des Präsidenten und des Premiers. Es wurde festgestellt, dass regierungskritische Medien wie die links-liberale Gazeta Wyborcza von der PiS-Regierung erklärte Feinde der rechten Partei waren, während regierungsfreundliche, wie die katholischen Medien des Paters Tadeusz Rydzyk öffentlich bevorzugt behandelt wurden.

Das Interesse der Politik- und Kommunikationswissenschaftler an dem Thema des medienpolitischen und ideologischen Umgangs der PiS-Regierung mit den Medien und der kritische Diskurs, der in der Fachliteratur zum Thema geführt wurde, lässt daher zurecht Sorge um die Funktion der Medien als Vierte Macht in Polen aufkommen. Erfreulich in diesem Zusammenhang ist aber, dass sich nach Meinungsumfragen 2006 Journalisten in den Augen der polnischen Bevölkerung viel stärker für soziale Themen als Politiker engagieren und als generell redlich eingestuft werden. Dieses kann jedoch mitunter auf die Politikverdrossenheit der Polen zurückzuführen sein.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass in der medienpolitischen Landschaft 2005-2007 Versuche unternommen wurden, die Medien zu instrumentalisieren, was sich unter anderem in den jährlich veröffentlichten Press-Freedom-Indizes der Organisation Reporters Without Borders in den zwei Jahren der Regierung unter der PiS das EU-Schlusslicht bildete.

## **LITERATURVERZEICHNIS:**

Altschull, Herbert J. (1995) Agents of Power: The media and public policy. New York.

Bajka, Zbigniew (1998) Kapital zagraniczny w polskiej Prasie – lata dziewięćdziesiąte [Das ausländische Kapital in der polnischen Presse – die Neunziger Jahre] In: Zeszyty Prasoznawcze, Nr. 1-2 (153-154). S. 21-35.

Bajka, Zbigniew (1999) Dziesięć lat przemian mediów masowych w Polsce (1989-1999) [Zehn Jahre Transformation in den polnischen Massenmedien (1989-1999)] In: Zeszyty Prasoznawcze, Nr. 1-2 (157-158). Kraków S. 31-55.

Baranowski, Roch (2006) In den Krieg gegen Gazeta Wyborcza. Über die Rolle der Axel Springer AG in der Transformation der polnischen Printmedien nach der national-konservativen Machtübernahme. In: Osteuropa und wir 3/2006. S. 9-12.

Berka Walter (1993) Der normative Sinn der Kommunikationsfreiheit. In: Langenbucher Wolfgang (Hrsg.) Politische Kommunikation. Grundlagen, Strukturen, Prozesse. Wien 1993. S. 8-15.

Bingen, Dieter (1999) Die Republik Polen. Eine kleine politische Landeskunde. München.

Bonfadelli, Heinz, Jarren, Ottfried, Siegert, Gabriele (Hrsg.) Einführung in die Publizistikwissenschaft. 2. Auflage. Bern 2005.

Burkart Roland (1998) Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 3. überarbeitete und aktualisierte Auflage. Wien.

Dearing, James W./Everett Rogers M. (1996) Communication Concepts 6. Agenda Setting. Thousand Oaks, London, New Dehli.

Dongens, Patrick/Jarren Ottfried (2005) Politische Kommunikation – Akteure und Prozesse. In: Bonfadelli, Heinz, Jarren, Ottfried, Siegert, Gabriele (Hrsg.) Einführung in die Publizistikwissenschaft. 2. Auflage. Bern 2005. S. 359-388.

Falter Jürgen (2002) Politik als Inszenierung. Ein Essay über die Problematik der Mediendemokratie in 24 Punkten. In: Alemann, Ulrich/Marschall Stefan (Hrsg.) Parteien in der Mediendemokratie. Wiesbaden. S. 420-430

Fijalkowski, Sebastian (2004) Politische Landschaft in Polen. Diplomarbeit. Universität Wien.

Filas, Ryszard (1999) Dziesięć lat przemian mediów masowych w Polsce [Zehn Jahre der Medientransformation in Polen]. In: Zeszyty Prasoznawcze, Nr. 1-2 (157-158). Krakow. S. 31-41.

Filas, Ryszard/Planeta, Pawel (2004): Das Mediensystem Polens. In: Internationales Medienhandbuch. Baden-Baden. S. 521-541.

Hadamik, Katharina (2001): Medien in Polen. In: Thomaß, Barbara/Tzankoff, Michaela (Hrsg.): Medien und Transformation in Osteuropa. Wiesbaden 2001. S. 145-166.

Hadamik, Katharina (2003) Transformation und Entwicklungsprozess des Mediensystems in Polen von 1989 bis 2001. Dissertation. Universität Dortmund.

Huber Silvia (Hrsg.) Media markets in Central and Eastern Europe. An Analysis on Media Ownership in Bulgaria, Czech Republic, Estonia, Hungary, Latvia, Lithuania, Poland, Romania, Slovakia and Slovenia. Wien 2006.

Hüning Wolfgang/Kim Otto (2002) Agenda Setting im nordrhein-westfälischen Landtagswahlkampf 2000? Massenmediale Themenstruktur und Wählerwahrnehmung. In: Sarcinelli Ulrich/Schatz Heribert (Hrsg.) Mediendemokratie im Medienland. Inszenierungen und Thematisierungsstrategien im Spannungsfeld von Medien und Parteiliten am

Beispiel der nordrhein-westfälischen Landtagswahl 2000. Opladen 2002. S. 155-199.

Huterer, Andrea (2006): Kampf der Rechten und Gerechten. Die politische Rhetorik der Kaczynskis. In: Osteuropa, 56. Jahrgang, 11-12/2006. S. 53-67.

Jarren, Otfried/Sarcienlli, Ulrich/Saxer Ulrich (Hrsg.) Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil. Opladen/Wiesbaden 2002.

Jarren, Otfried/Weßler, Hartmut (Hrsg.) (2002) Journalismus – Medien – Öffentlichkeit. Eine Einführung. Wiesbaden.

Kepplinger, Hans (2002) Politische Kommunikationen als Persuasion. In: Jarren, Otfried/Sarcienlli, Ulrich/Saxer Ulrich (Hrsg.) Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil. Opladen/Wiesbaden 2002. S. 362-375.

Klimkiewicz Beata (2004): Poland. In: Brankica Petkovic (Hrsg.): Media ownership and its impact on media independence and pluralism. Ljubljana 2004. S. 364-401.

Kneer, Georg/Nassehi, Armin (1994) Niklas Luhmanns Theorie sozialer Systeme. 2. unveränderte Auflage. München.

Kochanowicz, Jacek (2007) Rechtsruck. Politische Landschaft Polens am Anfang des 21. Jahrhunderts. In: Transit 33 (Sommer 2007), S. 142-157.

Kotzina, Roman (1999): Medien und Journalismus: Vierte Gewalt im Staat oder neutrale Beobachter? Dissertation. Universität Wien.

Lang, Kai-Olaf (2007): Polens Demokratie in Gefahr? Die Kaczynski-Brüder an der Macht. In: Totalitarismus und Demokratie. Zeitschrift für internationale Diktatur- und Freiheitsforschung. 4. Jahrgang 2007, Heft 1, S. 45-62.

Langenbucher Wolfgang (Hrsg.). Politische Kommunikation. Grundlagen, Strukturen, Prozesse. Wien 1993.

Loew, Peter Oliver (2006): Feinde, überall Feinde. Psychogramm eines Problems in Polen. In: Osteuropa, 56. Jg. 11-12/2006, S. 33-51.

Lumann, Niklas (1974) Öffentliche Meinung. In Langebucher, Wolfgang (Hrsg.): Zur Theorie der politischen Kommunikation. München 1974. S. 27-54

Luhmann, Niklas (1987) Soziale Systeme. Grundriss einer allgemeinen Theorie. Frankfurt am Main.

Maliszewski, Michal (2006): Mediale Machtspiele. Fernsehen und Rundfunk in Polen. In: Osteuropa, 56. Jahrgang, Heft 11-12, S. 271-281.

Oberreuter, Heinrich (1982) Übermacht der Medien. Erstickt die demokratische Kommunikation? Zürich.

Paradowska, Janina (2006) Aufarbeitung und Ranküne. Gründe und Abgründe der Lustration in Polen. In: Osteuropa, 56. Jahrgang, Heft 11-12. S. 205-218.

Pieklo Jan (2006) Poland. In: Huber Silvia (Hrsg.) Media markets in Central and Eastern Europe. An Analysis on Media Ownership in Bulgaria, Czech Republic, Estonia, Hungary, Latvia, Lithuania, Poland, Romania Slovakia and Slovenia. Wien 2006. S. 58-59.

Politt, Holger (2006) Wie Weiter? In: Polen und Wir 4/2006. S.7.

Ronneberger, Franz (1974) Die politischen Funktionen der Massenkommunikation. In Langebucher, Wolfgang (Hrsg.) Zur Theorie der politischen Kommunikation. München. S. 193-205.

Sarcienlli Ulrich/Schatz Heribert (Hrsg.) (2002) Mediendemokratie im Medienland. Inszenierungen und Thematisierungsstrategien im Spannungsfeld



von Medien und Partieliten am Beispiel der nordrhein-westfälischen Landtagswahl 2000. Opladen.

Saxer Ulrich (1993) Politische Funktionen der Publizistik aus der Sicht der Publizistikwissenschaft. In: Langebucher, Wolfgang (Hrsg.) Politische Kommunikation. Grundlagen, Strukturen, Prozesse. Wien: Braumüller. 116-131.

Schade, Wulf (2006) Der Weg von der III. zur IV Republik. In: Polen und wir 4/2006. S. 10-12.

Schulz Winfried (2008) Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. 2. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden.

Sprycha, Agata (2006) Zensur mit dem Teppichmesser. Polen verstärkt die konservative Regierung den Druck auf die Medien. In: Polen und wir 3/2006. S. 8.

Staniszkis, Jadwiga (2006) Revolutionäre Eliten, pragmatische Massen. Der Pyrrussieg der polnischen Populisten. In: Osteuropa, 56. Jahrgang, Heft 11-12, S. 7-10.

Stolba, Petra (1997) Massenmedien, Politik und Öffentlichkeit im Spiegel der Systemtheorie. Beobachtungen zur Selbstreferenz und gesellschaftlicher Steuerung mit Niklas Luhmann. Diplomarbeit. Universität Wien.

Szawiel, Tadeusz (2007) Das polnische Parteiensystem nach den Regional- und Kommunalwahlen im November 2006. In: Polen-Analyse Nr. 04 des Deutschen Polen-Institut, der Bremer Forschungsstelle Osteuropa und der Deutschen Gesellschaft für Osteuropakunde. Darmstadt. S. 2-7.

Thomaß, Barbara/Tzankoff, Michaela (Hrsg.) (2001) Medien und Transformation in Osteuropa. Wiesbaden.

Weischenberg Siegfried (1992) Journalistik 1. Medienkommunikation Theorie und Praxis. Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen. Opladen.

Weischenberg, Siegfried (1993). Gladiatoren und Propagandisten? Die Akteure politischer Kommunikation in einer medialen Streitkultur. In: Langenbucher Wolfgang (Hrsg.). Politische Kommunikation. Grundlagen, Strukturen, Prozesse. Wien. S.132-149.

Wojtas, Jacek (2007): Die Eckpunkte und die Entwicklung des polnischen Presserechts. In: Osteuropa Recht. Fragen zur Rechtsentwicklung in Mittel- und Osteuropa sowie den GUS-Staaten, 53. Jahrgang, Heft 3, S. 183-195.

### **Internetquellen:**

Axel Springer Polska. Website des Verlages. <http://www.axelspringer.pl> (5.5.08)

IP (2006) Television 2006. International Key Facts. <http://www.ip-deutschland.de/ipdeutschland/download-data/Viewing-Time-Per-Individua4l.pdf> (12.5.08)

Centrum Badania Opinii Społecznej (CBOS) (2006/1) [Centrum für Meinungsforschung]: Oceny pracy dziennikarzy [Beurteilungen der Journalistenarbeit]. BS/179/2006. Warschau <http://www.cbos.pl>. (12.2.07)

Centrum Badania Opinii Społecznej (CBOS) (2006/2) [Centrum für Meinungsforschung]: TVP, TVN i Polsat w opiniach Polaków [TVP, TVN i Polsat in den Meinungen der Polen]. BS/179/2006. Warschau. In: <http://www.cbos.pl> (12.2.07)

Centrum Monitoringu Wolności Prasy (CMWP) (2007) [Zentrum zur Überwachung der Pressefreiheit]. Sprawy karne i cywilne z udziałem dziennikarzy i wydawców odnotowane w Polsce w latach 2005-2006 [Straf-

und Zivilverfahren mit Beteiligung von Journalisten und Verlegern in Polen in den Jahren 2005-2006] In: <http://www.freepress.org.pl/rw6.html> (20.4.08)

Dziennik Ustaw (2005) [Gesetzblatt]: Ustawa z dnia 29.12.2005 o przekształceniach i zmianach w podziale zadań i kompetencji organów państwowych właściwych w sprawach łączności radiofonii i telewizji, Dziennik Ustaw z 30.12.2005, Nr. 265, Pos. 2258 [Gesetz vom 29.12.2005 über Umgestaltungen und Änderungen in der Aufteilung der Aufgaben und Kompetenzen der für das Fernmeldewesen, den Rundfunk und das Fernsehen zuständigen Staatsbehörden, Gesetzblatt vom 30.12.2005, Nr. 265, Pos. 2258] In: <http://www.infor.pl/dziennik-ustaw,rok,2005,nr,267.html> (24.5.08)

KRRiT – Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji (2006) [Nationaler Rundfunkrat]: Radio i Telewizja w Polsce. Raport o stanie rynku. [Radio und TV in Polen. Bericht zum Zustand des Marktes] Warschau  
[http://www.krrit.gov.pl/dokumenty/polityka/raport\\_o\\_stanie\\_rynku\\_caly.pdf](http://www.krrit.gov.pl/dokumenty/polityka/raport_o_stanie_rynku_caly.pdf)  
(2.2.08)

Köhler, Peter. Tageszeitung vom 26.6.2006. Polens neue Kartoffel. Schurken, die die Welt beherrschen wollen. Heute: Lech "Katsche" Kaczynski.  
<http://www.taz.de/index.php?id=archivseite&dig=2006/06/26/a0248>  
(12.5.08)

Kublik, Agnieszka. Gazeta Wyborcza vom 29.3.2006, Wycieli Gretkowska, naczelna Sukcesu odchodzi [Sie haben Gretkowska herausgeschnitten]  
<http://wyborcza.pl/1,75248,3243145.html> (3.4.08)

Ustawa o KRRiT [Gesetz zum Nationalen Rundfunkrat]  
<http://isip.sejm.gov.pl/servlet/Search?todo=file&id=WDU19930070034&type=3&name=D19930034Lj.pdf>

Mecke, Bettina-Dorothee (2007) „Im Apostolat der Medien“ – Radio Maryja.  
In: Polen-Analyse Nr. 16 des Deutschen Polen-Institut, der Bremer Forschungsstelle Osteuropa und der Deutschen Gesellschaft für

Osteuropakunde. Darmstadt. <http://www.laenderanalysen.de/polen/pdf/PolenAnalysen16.pdf> (20.10.07)

Media Express. Website des Verlages. <http://www.mediaexpress.pl> (10.6.08)

Nasz Dziennik 2008 [Unsere Tageszeitung] <http://www.naszdziennik.pl>. (10.6.08)

Panstwowa Komisja Wyborcza (2005) [Nationales Wahlkomitee] Wahlergebnisse <http://wybory2005.pkw.gov.pl/SJM/PL/WYN/M/index.htm> (3.3.08)

Reporters Without Borders (2006) Freedom of the press worldwide. Annual report 2006. Poland S. 96. [http://www.reporter-ohne-grenzen.de/fileadmin/rte/docs/2006/ROG\\_Bericht\\_2006.pdf](http://www.reporter-ohne-grenzen.de/fileadmin/rte/docs/2006/ROG_Bericht_2006.pdf) (12.6.08)

Reporters Without Borders (2007) Freedom of the press worldwide. Annual report 2007. Poland S. 119. [http://www.reporter-ohne-grenzen.de/fileadmin/rte/docs/2007/rapport\\_en\\_md.pdf](http://www.reporter-ohne-grenzen.de/fileadmin/rte/docs/2007/rapport_en_md.pdf) (12.6.08)

Reporters Without Borders (2008) Freedom of the press worldwide. Annual report 2008. Poland S. 130. [http://www.reporter-ohne-grenzen.de/fileadmin/rte/docs/2008/ROG-Jahresbericht\\_2008.pdf](http://www.reporter-ohne-grenzen.de/fileadmin/rte/docs/2008/ROG-Jahresbericht_2008.pdf) (12.6.08)

ZKDP – Związek Kontroli Dystrybucji Prasy (2007) [Vereinigung der Pressekontrolle] Komunikat Zarządu Związku Dystrybucji Prasy o wysokości nakładów i dystrybucji tytułów kontrolowanych przez ZKDP w 2006 roku. Uchwała nr. 59/2007 z dnia 21.11.2007 [Bericht über Auflagen und Distribution der 2006 von ZKDP kontrollierten Titel. Beschluss Nr. 59/2007 vom 21.11.2007] <http://www.zkdp.pl/upload/1195821644komunikat2006.pdf> (12.6.08)

## ANHANG

## ABSTRACT

Die Arbeit "Die Kontrolle der Medien unter der PiS-Regierung 2005-2007" versteht sich als eine Auseinandersetzung mit medienrelevanten Themen während der Regierungsperiode unter der rechts-populistischen Partei *Prawo i Sprawiedliwosc* (PiS), die aus den Wahlen im September 2005 als stimmenstärkste Partei hervorgegangen war. Während der Regierung der Koalition zwischen der *PiS*, der *Samoobrona* (Selbstverteidigung) und der *Liga Polskich Rodzin* (Liga der Polnischen Familien) in den darauf folgenden zwei Jahren, hatten sich viele Kommunikationsforscher und Journalisten kritisch über die Mediensituation geäußert und sie gar als den bisherigen Höhepunkt der Medienmanipulation durch eine Regierung gesehen. Der PiS und ihren Koalitionsparteien wurde während ihrer Regierungszeit mehrmals der Versuch der Einschränkung der Pressefreiheit in Polen vorgeworfen, da einige rechtliche Maßnahmen im Bereich der Massenmedien getroffen wurden, die nach Einschätzung der Kritiker zu einem verstärkten Einfluss auf diese führen könnten. Den Kern dieser Arbeit bildet unter anderem eine Auseinandersetzung mit eben diesen Maßnahmen.

Für die theoretische Ausarbeitung des Themas wurde der systemtheoretische Ansatz nach Niklas Luhmann gewählt. Des Weiteren folgt eine Auseinandersetzung mit den Wechselbeziehungen zwischen Politik und Massenmedien, wobei drei in der Kommunikationswissenschaft geläufige Paradigmen vorgestellt werden, die auf die Kontrollmechanismen und Machtansprüche sowie auf das Zusammenwirken der beiden Systeme basieren: das Gewaltenteilungsparadigma, das Instrumentalisierungsparadigma und das Paradigma der Interdependenz und Symbiose. Im Rahmen dieser drei Paradigmen werden verschiedene Modelle der politischen Systeme mit den dazugehörigen Formen und Funktionen des Massenmediensystems vorgestellt sowie der Begriff der Pressefreiheit erläutert.

Den Übergang zum empirischen Teil der Arbeit stellt ein Kapitel zum Thema der Medientransformation dar, die sich in Polen nach der Wende 1989 vollzog. Des Weiteren wird die relativ junge pluralistische Medienlandschaft des Landes

mit den wichtigsten Medien samt Marktanteile, Inhalten und Eigentümerverhältnissen vorgestellt. Die katholischen Medien, die während der PiS-Regierung eine wichtige und unterstützende Rolle gespielt haben sollen, werden in diesem Abschnitt ausführlicher dargestellt.

Im Zuge der Auseinandersetzung mit der polnischen Medienlandschaft werden weiters auch zwei Studien zum Vertrauen der Bevölkerung in Medien vorgestellt sowie die Medienregulierung in der Verfassung und anderen relevanten Gesetzen unter besonderer Berücksichtigung der Pressefreiheit behandelt.

Für das Verständnis des politischen Systems und der politischen Situation in den Jahren 2005-2007 in Polen, finden sich des Weiteren Erläuterungen zur polnischen Parteilandschaft sowie eine ausführliche Auseinandersetzung mit der Ideologie der PiS-Partei. Diese soll zu einem besseren Verständnis der folgenden Kapitel führen, in denen die versuchte Kontrolle über die Medien seitens der PiS-Regierung dargestellt wird. Die Beschreibung medienrelevanter Gesetze sowie Fallbeispiele zum Umgang mit den Medien, sollen hier zu Beantwortung der zentralen Forschungsfragen beitragen.

## **TABELLEN- UND ABBILDUNGSVERZEICHNIS**

<b>Tabelle 1</b> Four Theories of the Press nach Siebert/Peterson/Schramm	<b>19</b>
<b>Tabelle 2</b> Unterschiedliche Formen der Pressefreiheit nach Altschull.	<b>22</b>
<b>Tabelle 3</b> Nachrichtenfaktoren und ihre Dimensionen nach Schulz	<b>29</b>
<b>Tabelle 4</b> Kommunikation unterschiedlicher Akteurstypen	<b>32</b>
<b>Tabelle 5</b> Individuen als Akteure politischer Kommunikation	<b>32</b>
<b>Tabelle 6</b> Die Marktanteile und Eigentümer der wichtigsten Fernsehsender, Jänner-März 2006	<b>50</b>
<b>Tabelle 7</b> Die Marktanteile und Eigentümer der marktführenden Radiosender, Jänner-März 2006	<b>52</b>
<b>Abbildung 1</b> Engagement für Sozialfragen von Politikern und Journalisten in der Meinung der polnischen Bevölkerung 2006	<b>59</b>
<b>Abbildung 2</b> Die Redlichkeit der Journalisten in der Meinung der polnischen Bevölkerung 2006 im Vergleich zu 2003	<b>60</b>
<b>Abbildung 3</b> Allgemeines Vertrauen der polnischen Bevölkerung in die Berufsgruppe der Journalisten 2006 im Vergleich zu 2003	<b>61</b>
<b>Abbildung 4</b> Die Einschätzung der Objektivität von <i>TVP</i> , <i>TVN</i> und <i>Polsat</i> in den Meinungen der polnischen Bevölkerung im November 2006	<b>62</b>
<b>Abbildung 5</b> Die Einschätzung der Glaubwürdigkeit von <i>TVP</i> , <i>TVN</i> und <i>Polsat</i> in den Meinungen der polnischen Bevölkerung im November 2006	<b>62</b>
<b>Tabelle 8</b> Ergebnisse der Parlamentswahlen 2005	<b>74</b>



# CURRICULUM VITAE

## Persönliche Daten

Name:	Marta Kolodziejczyk
Geburtsdatum und -ort:	16.01.1980, Lidzbark Warminski, Polen
Staatsbürgerschaft:	Polen

## Ausbildung

seit 1999	Universität Wien. Studienrichtungen: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft und Anglistik Thema der Diplomarbeit: „Kontrolle der Medien unter der polnischen PiS-Regierung 2005-2007“
Jänner – Juni 2005	ERASMUS an der Université de Bourgogne. Dijon, Frankreich
1992 – 1999	Bundesrealgymnasium Feldgasse

## Berufserfahrung

September 2006 – Juni 2007	Smyk Sp.z.o.o. Warschau, Polen Teamassistentin Investment Department
Februar – Dezember 2004 Jänner – Juni 2006	Uniport GmbH Projektbezogene Tätigkeit
Jänner 2005 – Juni 2005	Linguaphone Group. Dijon, Frankreich Englischtutorin mit Schwerpunkt Business English
Februar 2002 – Februar 2004	HTSI Verlag GmbH Redakteurin
Juni – August 2003 – 2008	PDM Incoming Services GmbH, europaweit Reiseleiterin für Gruppen der US Organisation „People to People“
März – Oktober 2003	Technische Universität Wien Eventorganisation
Juli 2001, Juli 2000, August 1999	Kurier VerlagsGmbH Volontariat im Ressort Leben